

MEDIASETespaña.

INFORME DE SOSTENIBILIDAD

2025

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2025



1	PRESENTACIÓN		5	MODELO DE GOBIERNO		9	TRANSPARENCIA FISCAL	
	Carta de la presidente	4		Órganos de gobierno	63		Transparencia fiscal	106
	Premios recibidos en 2025	6		Gestión integrada de riesgos	64			
	Estructura de la propiedad	8		Gobernanza ética	73			
2	MODELO DE NEGOCIO			Protección de datos	74	10	INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA	
	¿Qué hacemos y cómo lo hacemos?	11		Ciberseguridad	77		Plantilla	110
	Una estrategia sólida	12		Derechos Humanos	80		Otros temas de gestión del equipo humano	116
	Mediaset en el mundo	13	6	VALOR DEL EQUIPO HUMANO			Diálogo	117
	Gestión del negocio audiovisual	14		Valor del equipo humano	82	11	ACERCA DE ESTE INFORME	
	Gestión del negocio publicitario	16		Gestión del talento	84		Alcance del Informe	119
	Gestión de los informativos	18		Igualdad	86		Estándares	119
	Gestión de los contenidos digitales	20		Beneficios sociales y remuneraciones	87		Proceso de elaboración	120
	Gestión de las productoras participadas	22		Gestión de las relaciones sociales	88		Análisis de Doble Materialidad	120
	Relación con los Grupos de Interés	23		Salud y seguridad	89	12	ANEXOS	
	Relación con Instituciones	24					Anexo I- Índice de contenidos GRI	124
3	CREACIÓN DE VALOR PARA LA SOCIEDAD		7	VALOR DEL MEDIO AMBIENTE				
	Accesibilidad de los contenidos	27		Gestión ambiental	93			
	Contenidos sociales	28		Gestión energética	94			
	Cesión de espacios	40		Huella de carbono y cambio climático	95			
	Comunicación social	41		Consumo de recursos y economía circular	98			
4	DESARROLLO SOSTENIBLE			Sostenibilidad de las Producciones	100			
	Alianzas para la sostenibilidad	46	8	CADENA DE VALOR				
	Cumplimiento con el Pacto Mundial y compromiso con los ODS	47		Gestión de la cadena de suministro	103			
	Los ODS y nuestra programación	57		Salud y seguridad de la audiencia	104			

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 ejercicio 2025 se he revelado como un periodo de inflexión desde un punto de vista geopolítico.

La elección -de nuevo- de Donald Trump como Presidente de EEUU a principios de año, abordando una extravagante política de aranceles; la persistencia de la guerra en Ucrania; el conflicto bélico en Gaza, que ha generado una crisis humanitaria de grandes dimensiones; el comienzo de las hostilidades entre Irán e Israel con la “Guerra de los Doce Días”; y la tensión en Asia a partir de la presión china sobre Taiwán, han alterado, ciertamente, un equilibrio que se venía viviendo desde hace décadas.

A pesar de esta inestabilidad geopolítica, la economía internacional ha mostrado un crecimiento global no pequeño, situándose entre el 2,6% y el 3,3%, dependiendo de la fuente, con una contribución desigual dependiendo de la zona: China sigue mostrando un alto crecimiento (+5%), pero a menor ritmo que en el pasado; Estados Unidos creció un 2% impulsada por las grandes inversiones en IA; mientras que la Eurozona ha crecido en menor medida, alrededor del 1,4%, lastrada por la evolución alemana y francesa. Por su parte, España se desmarcó de la tendencia europea, consiguiendo un crecimiento del 2,8%, gracias al comportamiento del consumo privado, el turismo y la construcción.

En este contexto, la inversión publicitaria en la totalidad de los medios de comunicación en España alcanzó la cantidad de 6.267 millones de euros en 2025, presentando un leve crecimiento (+0,9%) sobre 2024, con un mejor comportamiento de la publicidad en cine (+6,2%) y la publicidad exterior (+6,7%), y algo más reducida en el resto de soportes. Con todo, la publicidad en medios digitales sigue creciendo por encima de los medios tradicionales, siendo especialmente relevante el crecimiento experimentado en websites, que alcanza un 8,8% sobre 2024.

El medio Televisión (que engloba la “televisión conectada”, así como las websites vinculadas a medios televisivos), es el

único que presenta una evolución negativa, decreciendo un 4,4% con respecto al ejercicio anterior, alcanzando 1.784,4 millones de euros. Esta caída es mayor (en torno a un -9%) si se considera el medio televisivo tradicional de forma aislada.

Aun así, el Grupo Mediaset España ha conseguido cerrar el año 2025 con una facturación publicitaria de 725 millones de euros (incluyendo medios propios y ajenos), con una diferencia negativa sobre el año precedente (-8%), pero manteniendo aún su privilegiada situación en el contexto audiovisual. En este sentido, Publiespaña, la agencia exclusivista de la publicidad de Mediaset España, ha redundado en su continua adaptación a las nuevas tendencias del mercado publicitario, lanzando iniciativas que le permiten estar a la cabeza de la innovación en este campo. Buenas muestras de ello han sido el lanzamiento y consolidación de soluciones publicitarias cualitativas y crossmedia (Golden Roll, Quality Roll, Superspot cross, Mediaflash) que aportan eficacia y notoriedad a los anunciantes; la continua apuesta por el compromiso con la sostenibilidad, con la presentación de AEDEMO, centrada en el impacto medioambiental de la publicidad en el ecosistema digital, que incluye medidas concretas en ámbitos como la creatividad, los procesos y la planificación; el lanzamiento del nuevo segmento ADN[®], que permite identificar a aquellos usuarios capaces de recordar más y mejor los mensajes publicitarios; y la consolidación de los premios GenZ Awards, ya en su tercera edición, que premia el talento de los creadores de contenidos que conectar a las marcas con las generaciones más jóvenes.

Los resultados de facturación publicitaria se han visto apoyados, una vez más, con unos satisfactorios resultados de audiencia televisiva. Con un 26,8% de cuota en target comercial (el más atractivo para los anunciantes), la oferta televisiva de Mediaset España (conjunto de canales de TDT) fue la más vista en este parámetro en 2025, un hito que repite durante los últimos 14 años, aventajando a su principal competidor en 2,8 puntos (24%). Además, Mediaset España es el grupo más visto entre los espectadores de 4-54 años (24,4%) y entre el público joven de 13 a 24 años (25,7% vs. 22,6%) y de 25 a 44 años (27,5%).



Telecinco consiguió en 2025 un 9,7% de audiencia en target comercial, tres décimas más que su dato en total individuos (9,4%). Y, por su parte, Cuatro subió cuatro décimas, hasta alcanzar un 6,6% de audiencia, su mejor dato desde 2018.

El sector cinematográfico siguió durante 2025 adaptándose a un entorno marcado por una gran competencia en la oferta, pero con una tendencia a la baja en la recaudación en salas cinematográficas. En este contexto, Telecinco Cinema estrenó tres títulos a lo largo del año que consiguieron colocarse entre las 20 películas españolas con mayor recaudación del año: “Wolfgang (extraordinario)”, dirigida por Javier Ruiz Caldera, consiguió colocarse en el tercer puesto del ranking con una recaudación total de 3.975.000 € y 600.000 espectadores, y estuvo nominada en los premios Feroz y los premios Gaudí; “Los Muertimer”, comedia familiar dirigida por Álvaro Fernández Armero, logró por su parte colocarse en el puesto decimocuarto con una recaudación de 1.415.000 €; y, por su parte, el debut en la dirección de un largometraje de Samanta López Speranza, “Todos los lados de la cama”, consiguió una recaudación de 898.000 €, situándose en la decimonovena posición.

En el ámbito digital, el año 2025 ha supuesto un importante punto de inflexión, a la vez que un gran avance en la transformación digital de Mediaset España, que pasó a integrar la plataforma “Mitele” junto con la OTT de MFE en Italia, en la nueva “Mediaset Infinity”, compartiendo desde el mes de junio la misma plataforma tecnológica (más versátil y avanzada), así como una estrategia digital “crosscountry” bajo una única marca. Junto a ello, el año 2025 ha evidenciado el enorme atractivo digital de nuestros grandes contenidos, superando de nuevo los datos de audiencia y de consumo del año anterior, con 691 millones de vídeos disfrutados por nuestros seguidores en nuestro entorno digital, que se han traducido en 258 millones de horas de contenido consumidas en nuestra plataforma. Estas mejoras han tenido su reflejo, asimismo, en el ámbito publicitario, con una nueva solución publicitaria que está revolucionando el mercado: “Ad Infinity”; el producto comercial de publicidad digital en vídeo más premium del mercado.

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 769,83 millones de euros, un 6,9% por debajo de los obtenidos en 2024, lo cual resulta destacable si se tiene en cuenta la caída del mercado publicitario puramente televisivo.

Por su parte, los gastos de explotación, que han ascendido a 692,95 millones de euros en 2025, con un ahorro de un 1,76% sobre los de 2024, a pesar de la presión inflacionista y el mantenimiento de una parrilla de programación competitiva adaptada al contexto publicitario.

Ello ha permitido obtener un resultado consolidado neto del grupo Mediaset España por importe de 59,68 millones de euros, que sigue siendo un excelente resultado si se considera el contexto general y particular en el que se desenvuelto nuestra actividad durante 2025.

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. Así, en el año 2025 Mediaset España renovó la verificación de la norma ISO del proyecto de cálculo de la huella de carbono de sus Servicios Informativos que se realiza utilizando una tecnología que discrimina de manera automática la contaminación generada. Tanto el cálculo de la huella como el proceso de recogida de la información es verificado por un auditor externo.

Asimismo, conscientes de la importancia de la acción climática, en 2025 Mediaset España desarrolló un Plan de Reducción de emisiones para los alcances 1+2, que considera un/ unos objetivo/s de reducción de 5,44% de sus emisiones hasta 2030. Para lograrlos, se han definido medidas de reducción para las diferentes fuentes de emisión, con responsables de su implantación y seguimiento, así como la estimación del ahorro alcanzado con cada una de ellas.

Desde un punto de vista organizativo, en 2025 seguimos avanzando en la integración de ciertas actividades operativas con nuestro accionista único MFE, materializando las sinergias que centraron la operación de reestructuración societaria culminada en 2023, donde la contribución de las áreas de Recursos Humanos, Finanzas y Compras y Aprovisionamientos están jugando un papel trascendental.

Durante el ejercicio hemos continuado avanzando en la modernización de nuestras capacidades tecnológicas y en el fortalecimiento de la gestión del dato, impulsando una toma de decisiones más ágil y eficiente en todas las áreas del Grupo. Al mismo tiempo, hemos revisado y optimizado nuestros procesos operativos para adaptarnos con mayor flexibilidad a las nuevas dinámicas del mercado audiovisual, reforzando nuestra competitividad y consolidando un modelo más sostenible a medio y largo plazo. Siguiendo con el ámbito organizativo, pero desde un punto de vista orgánico, en 2025 se culminó la fusión entre las sociedades del “El Desmarque” y “Radical Change Contents”, ambas absorbidas por “Megamedia”, siendo todas ellas sociedades del Grupo, consiguiéndose aglutinar en una única entidad operativa las actividades de sociedades que, cada una con su especialidad, gravitaban alrededor del ámbito digital con objetos sociales íntimamente relacionados. También en 2025 se ha completado la adquisición de la totalidad del accionariado de la sociedad BeaLion, de la que ya se contaba con una participación de capital mayoritaria; sociedad cuya actividad en el ámbito publicitario resulta capital para la estrategia del Grupo, dada su fortaleza tanto en acciones de contenido publicitario para terceros como en el desarrollo de tecnología para la creación y comercialización de productos publicitarios innovadores. Una vez en posesión del 100% del capital estamos procediendo a la integración de las áreas de back office para asegurar mayores eficiencias en la gestión. 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.



PREMIOS RECIBIDOS EN 2025

- **Premios Iris 2024**
 - **Premio al Mejor Presentador de Informativos a Carlos Franganillo** por Informativo Telecinco 21:00 horas (Telecinco)
 - **Premio al Mejor Programa de Actualidad o Magazine a 'Todo es mentira** (Cuatro)
 - **Premio al Mejor Programa Infantil a 'La casa de los retos'** (Boing)
- **Premio Rose d'Or Latino**
 - **Premio al Mejor Factual** en la categoría Unscripted a **'100% Únicos'** (Shine Iberia y Mediaset España)
- **Premio al Medio de Comunicación con Vocación Social a 'Callejeros'** por su compromiso y solidaridad en la III Edición de los "Premios Humanitarios" que otorga el Banco de Alimentos de Valencia
- **II Premios Autismo Jaén a "100% únicos"**, por ser un programa en el que se da una visión real del trastorno, donde se muestra la variabilidad del mismo y donde se refleja que hay personas más allá de un diagnóstico.
- **Premio Cinema Cocina del 28 Festival de Málaga con la Biznaga de Plata 'Cervezas Victoria'** premio del jurado al mejor largometraje a **'El mago del vino'**, de David Moncasi.
- **Premio 'Amigo del Autismo'** a **Mediaset España y Shine Iberia** por el programa **'100% Únicos'**. Otorgado por la Confederación Autismo España.
- **Premio 'Nécoras de Oro'** que concede la Fundación Galega Contra o Narcotráfico (FGCN) a **Alejandra Andrade** 'por su contribución "para informar sobre narcotráfico y adicciones en Galicia y España" con reportajes de 'Fuera de cobertura' como 'Yo trafico', 'Costa del Sol: la ONU del Narco', 'Narcos: la conexión gallega' y 'Fentanilo, una epidemia letal'.
- **Premio Salvador de Madariaga** en la **categoría de televisión** a **Lluís Tovar, corresponsal de Informativos Telecinco**, por el rigor en el trabajo de fuentes, la precisión y la capacidad de síntesis para transmitir asuntos complejos a un público general. El jurado ha destacado que Tovar es un referente en la información comunitaria, es didáctico y proyecta el compromiso firme de una nueva generación de corresponsales.
- **Premio Especial 2025 del Festival Internacional de Comunicación Infantil El Chupete:**
 - A **Mediaset España** por su compromiso social a través de '12 Meses, 12 Causas' por **"el compromiso continuo de Mediaset España con el bienestar de la infancia y la juventud mediante las campañas generadas por su iniciativa de acción social '12 Meses, 12 Causas', en las que se han abordado temas clave como el acoso escolar, el uso responsable de la tecnología o la salud mental juvenil. Por su labor en generar un impacto positivo en las nuevas generaciones, utilizando el poder de la comunicación para educar, inspirar y proteger"**.
 - A **Be a Lion** en la categoría de Branded Content por su campaña 'Tenemos mucho que decir – Aldeas Infantiles SOS España'

- **Premio de La Peña Periodística Primera Plana en su 50 Edición de los Premios Naranja y Limón a Joaquín Prat** con su galardón 'Hugo Ferrer', una categoría que reconoce de la labor de periodistas y comunicadores.
- **Premio GEMA Europe Award** en la categoría **'Hollyday/Season Spot'** al **spot navideño 2024 de Mediaset España** reconociendo que *"su trabajo no solo promociona contenidos: da forma a la cultura, construye conexiones y despierta emociones"*.
- **Premio Maga de Magas** a la mejor creadora de opinión a **Ana Rosa Quintana**.
- **Premio Antena de Plata a Rosemary Alker y Mónica Sanz**
- **Premio Talento e Innovación de MF Talent a Informativos Telecinco** por la difusión de temáticas de actualidad, ciberseguridad y tecnología en los Informativos de Telecinco.





• Premios Publifestival:

- Premios especiales a **Mediaset España:**
 - Premio especial al Mejor Anunciante del Año
 - Premios Especial al Medio de Comunicación con Mejor Uso del Mensaje
 - Premio Especial al Proyecto Social con Mayor Difusión
 - Premio Gold
- Premios en categorías Publifestival:
 - Premio al Mejor Uso del Mensaje en Spot de Televisión: '12 meses, 12 causas' (Soledad Mayores)
 - Premio a la Mejor Estrategia en Spot de Televisión: '12 meses, 12 causas' (Acoso escolar)
 - Premio al Mejor Uso del Mensaje en Health Care: '12 meses, 12 Causas' (Donación de órganos)
 - Premio a la Mejor Ejecución en Spot de Televisión: '12 meses, 12 causas' (Accesibilidad)
 - Premio al Mejor Valor Social en Spot de Televisión: '12 meses, 12 causas' (ELA)
 - Premios a la Mejor Aportación al Desarrollo de la Marca en Proyecto o Acción Social en Spot de Televisión: '12 meses, 12 causas' (Proyecto social de Mediaset España)



• Premios **FESTVal 2025**

- A **'¿De Viernes!'** 'por el impacto mediático de sus grandes temas y exclusivas y su capacidad para convertirse y consolidarse como el gran referente actual del entretenimiento y el talk show vinculados al mundo corazón'.
- A **'La isla de las tentaciones'** 'por su irrupción en el entretenimiento televisivo y como fenómeno social y por su capacidad para sorprender y reinventarse cada edición para seguir impactando a la audiencia y especialmente al público joven.
- A **Jesús Calleja** en 'reconocimiento especial por su capacidad para conectar con la audiencia y de inspirar a la sociedad a través de la aventura y los desafíos extremos, que le han llevado más lejos que nunca al convertirse en el tercer español en viajar al espacio.
- **Premio Joan Ramón Mainat a Risto Mejide** por 'su amplia y polifacética trayectoria en televisión, donde incita a la reflexión y al debate, gracias a un estilo muy personal y directo de acercarse a la audiencia'.
- Premios en el South International Series Festival
 - Premio de Honor a **Paco León**
 - Premio Especial del Jurado a la Serie de No Ficción a **'La Húngara. Toma que toma'**
 - Premio del Público a la Mejor de Serie de No Ficción a **'La Húngara. Toma que toma'**
 - Premio del Público a la Mejor Serie de Ficción a **'Ella, maldita alma'**
- Premio Ecofin de Economía y Finanzas a **'Horizonte'**
- Premios Antena de Oro 2025 a:
 - **Diego Losada, de Cuatro**, "por su labor informativa en Noticias Cuatro, combinando rigor periodístico y cercanía con la audiencia".
 - **Sandra Barneda**, por su trayectoria en diferentes formatos de Mediaset, destacando su "cercanía y versatilidad" en el medio
- Premios ASEM 2025, de la Asociación Sevillana de Esclerosis Múltiple, a la labor de **Informativos Mediaset** por su compromiso con las causas sociales por su apoyo constante a la visibilidad de la Esclerosis Múltiple.
- Premio 'Acción con alma' a la trayectoria de **'12 Meses, 12 Causas'** otorgado por la empresa italiana DR AUTOMOBILES
- Premios del Festival Internacional de Series de Televisión de Almería:
 - Premio Filming a **'La que se avecina'** por su capítulo 200 rodado en Almería
- Premios Los Mejores de PR 2025 a **María Casado**
- Premios Grandes Talentos a **Joaquín Prat** por su trayectoria y carisma en televisión.



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 DE GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA

MEDIASETespaña.



MODELO DE NEGOCIO

MEDIASETespaña.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

¿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	GESTIÓN DE RIESGOS	GESTIÓN DE CONTENIDOS	GESTIÓN DE PUBLICIDAD	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Consejo de Administración, Comisión Ejecutiva	Unidad de Gestión de Riesgos; Comité de Adquisiciones; Unidad de Cumplimiento y Prevención; Comité de Gestión de la Seguridad, Unidad de Protección de Datos	Comité Editorial; Comité de Contenidos; Comité de Ficción; Comité Digital	Comité de Publicidad	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) 24,4%
- Apoyo a causas sociales 14.963 miles de euros
- Empleo directo 1.000 personas
- Proveedores 540.536 miles de euros

Los datos económicos están expresados en miles de €.



UNA ESTRATEGIA SÓLIDA

En 2025 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

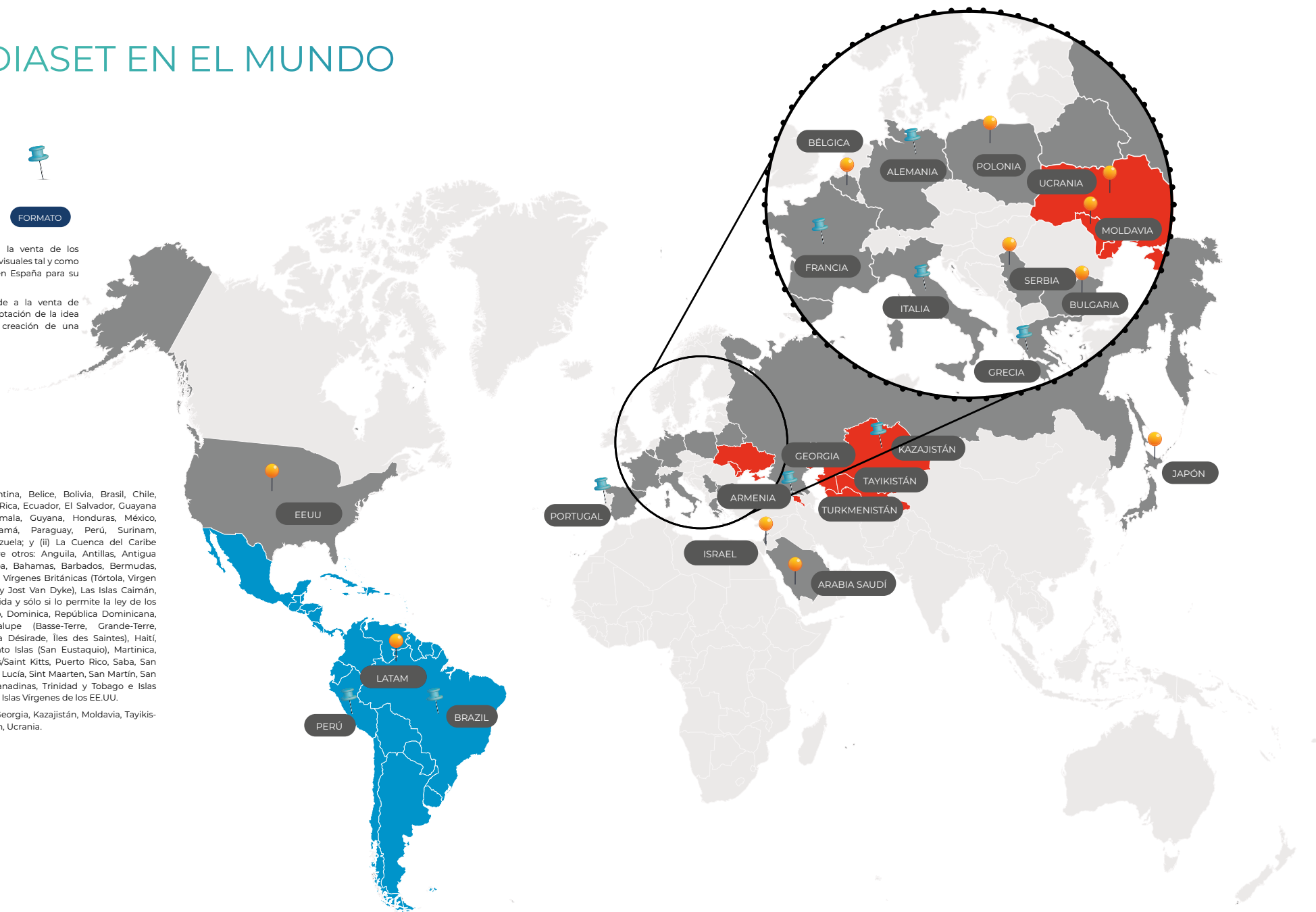
Lata responde a la venta de los contenidos audiovisuales tal y como se han emitido en España para su difusión.

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

REGIONES:

● LATAM: Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guayana Francesa, Guatemala, Guyana, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Surinam, Uruguay y Venezuela; y (ii) La Cuenca del Caribe (incluyendo, entre otros: Anguila, Antillas, Antigua y Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados, Bermudas, Bonaire, Las Islas Vírgenes Británicas (Tórtola, Virgen Gorda, Anegada y Jost Van Dyke), Las Islas Caimán, Cuba (en la medida y sólo si lo permite la ley de los EE. UU.), Curazao, Dominica, República Dominicana, Granada, Guadalupe (Basse-Terre, Grande-Terre, Marie-Galante, La Désirade, Îles des Saintes), Haití, Jamaica, Sotavento Islas (San Eustaquio), Martinica, Montserrat, Nevis/Saint Kitts, Puerto Rico, Saba, San Bartolomé, Santa Lucía, Sint Maarten, San Martín, San Vicente y las Granadinas, Trinidad y Tobago e Islas Turcas y Caicos) e Islas Vírgenes de los EE.UU.

● CIS: Armenia, Georgia, Kazajistán, Moldavia, Tayikistán, Turkmenistán, Ucrania.





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 DE CONDUCTA
	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 de Conducta, 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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 Menores. Código PAOS	● Código de Conducta de Publicidad a través de Influencers 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 de relaciones institucionales, 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 de Autocontrol 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.

La apuesta por la innovación continua del grupo ha impulsado durante 2025 el desarrollo de nuevas líneas de productos basadas en el dato, entre las que destacan:

- **Automatización del dato:** Implantación de herramientas basadas en Data Science e Inteligencia Artificial para mejorar la eficiencia en la activación, gestión y monetización del dato publicitario.
- **Nuevos segmentos basados en atención publicitaria:** Desarrollo de audiencias construidas mediante métricas de atención y calidad del impacto.
- **Nuevos formatos de vídeo y activación social:** Extensión del dato propio a redes sociales de vídeo y a nuevos formatos dentro del ecosistema CTV.

- **Soluciones de data cross country:** Propuestas integradas de activación y análisis de datos a nivel internacional en coordinación con MFE Advertising.
- **Colaboración de datos con agencias:** Activación del dato de agencias y anunciantes en entornos CTV para impactar audiencias estratégicas de forma más precisa.
- **Integración del dato en nuevos formatos dentro del customer journey de nuestros usuarios:** Aplicación del dato en Audio Digital (iVoox) y DOOH (iWALL) como parte de estrategias omnicanal.

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 España promovemos prácticas responsables en publicidad comportamental (“Online Behavioural Advertising”) mediante “banners” de consentimiento que cumplen con el RGPD y la LSSI, ofreciendo opciones claras para aceptar, rechazar o configurar las cookies.

Desde 2025 contamos con un CMP único a nivel grupo MFE, Didomi, compatible con el Transparency & Consent Framework (TCF) v2.3, que permite a los usuarios gestionar sus preferencias de forma granular y homogénea en todos nuestros activos digitales.

Aplicamos estrictamente la normativa vigente y las recomendaciones de la AEPD y del Comité Europeo de Protección de Datos, así como nuestras directrices internas de autorregulación. Mantenemos el compromiso de no realizar segmentación publicitaria dirigida a menores de 16 años ni utilizar categorías especiales de datos con fines publicitarios.

Durante 2025 se ha reforzado especialmente la supervisión técnica en materia de cookies mediante escaneos y auditorías periódicas sobre nuestros principales activos digitales, que permiten monitorizar cookies, vendors y eventuales activaciones previas al consentimiento, garantizando la alineación continua con el RGPD y la Guía de Cookies de la AEPD. Asimismo, se ha mantenido el seguimiento activo de los desarrollos regulatorios a través de la participación en la Comisión Legal de IAB Spain.

CONSULTAS 2025 (COPY ADVICE)

969

785 NO SE APRECIAN INCONVENIENTES AL CONTENIDO DEL ANUNCIO
180 SE RECOMIENDA INTRODUCIR MODIFICACIONES EN EL ANUNCIO
4 SE DESACONSEJA LA DIFUSIÓN DEL ANUNCIO

51 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 DE CONDUCTA	CÓDIGO DEONTOLÓGICO

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





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.

Durante 2025 no se ha producido ninguna situación en la que el derecho a la confidencialidad de las fuentes se hubiera visto comprometido.

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.





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 DE CONDUCTA
		PROCEDIMIENTO PARA EL TRATAMIENTO DE LOS DATOS PERSONALES.

Durante 2025 se ha seguido incorporando el subtítulo accesible a Mediaset Infinity, superando en ambos casos el 46% del catálogo y centrándose en los contenidos con más interés para los usuarios, además de ampliar el subtítulo 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 como canal de audio adicional en señales en directo y VOD. Desde octubre de 2025 se ha comenzado a utilizar una herramienta para el subtítulo generado por IA en VOD de varios formatos de TV en directo y exclusivos de la plataforma.

UNIVERSO MULTIMEDIA DE MEDIASET ESPAÑA

WEBS



APPS



RRSS



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. Además, si un usuario con perfil infantil accede a Mediaset Infinity, accede automáticamente a una portada de contenido solo apto para menores.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.
- **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.

NAVEGACIÓN EN ENTORNO SEGURO

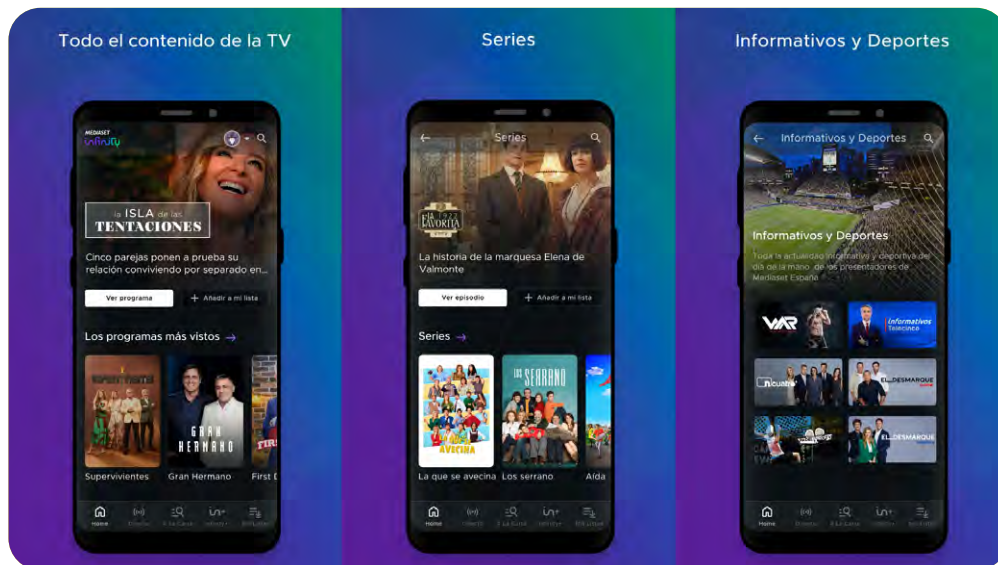
- Publicidad segmentada en web
- Política de Seguridad Corporativa para la protección de datos personales.
- Control parental disponible en Infinity
- En el mes de junio de 2025 se produjo la transformación tecnológica y de marca de Mitele con el lanzamiento de Mediaset Infinity, su plataforma renovada de televisión digital, que amplía su catálogo de contenidos de entretenimiento y ficción gratuitos para los espectadores



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.





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.		PREVENCIÓN DE DELITOS ● Adhesión al Código de Conducta ● 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.	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.

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 de Conducta.

PRODUCTORAS PARTICIPADAS - MARCOS DE GESTIÓN

● Código de Conducta	100%
● Canal de denuncias	100%
● Modelo de prevención de delitos	100%
● 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	COMPETENCIA Y REGULADOR ● Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT) ● Responsible Media Forum ● Association of television and radio sales houses (ECTA) ● 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 Ordenación de los Servicios de Digitalización y de Comunicación Audiovisual (Ministerio para la Transformación Digital y de la Función Pública) ● 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: comprasy servicios@mediaset.es	ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR ● Dpto. Contratación Artística ● Div. Producciones Especiales	AUDIENCIA, SUSCRITORES Y USUARIOS ● Webs de programas ● Redes sociales ● Blogs, encuentros digitales, foros Encuestas de opinión y medición de audiencias ● ICMEDIA ● Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)	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 de Conducta de la compañía y la legislación vigente.

Durante 2025, Mediaset ha continuado realizando un estrecho seguimiento de los procedimientos iniciados por el Ministerio de Transformación Digital y de la Función Pública 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, existen importantes cuestiones que van a ser objeto de desarrollo normativo como las comunicaciones comerciales, la obligación de financiación de obra audiovisual europea o las obligaciones en materia de accesibilidad, sobre los que existen procedimientos abiertos para la elaboración de Reglamentos. Dichos Reglamentos, si bien a día de hoy aún no han sido aprobados, se espera que sean una realidad en los próximos meses.

Por otra parte, Mediaset está realizando un estrecho seguimiento del Proyecto de Ley Orgánica de protección del menor en entornos digitales, que abordará las condiciones de acceso a contenidos digitales estableciendo, entre otros extremos, una edad mínima de 16 años para la prestación del consentimiento a efectos del tratamiento de datos personales y obligaciones para el establecimiento de sistemas de verificación de edad por plataformas y webs con contenidos, así como del Proyecto de Ley para la mejora de la gobernanza democrática en servicios digitales y medios de comunicación que, en aplicación de lo dispuesto en los Reglamentos europeos de Servicios Digitales y sobre Libertad de los Medios de Comunicación, permitirá la retirada de contenidos ilícitos de plataformas y sitios web y una mayor transparencia en la publicidad digital y protección de los menores en el entorno digital, así como el refuerzo del pluralismo y la transparencia en los medios de comunicación, respectivamente.

Por otra parte, tras la entrada en vigor de la LGCA, Mediaset participa activamente en el grupo de trabajo para la elaboración de un nuevo Código de Conducta en materia de protección de menores, el cual fue notificado, junto con otros operadores, a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (la "CNMC") en atención a lo previsto en los artículos 98.2 y 97 junto con 99.1 de la de la LGCA. Dicho Código, con ciertas modificaciones, ha sido sometido por la CNMC a un proceso de consulta pública, encontrándose por tanto aún pendiente de aprobación. 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 Inteligencia Artificial, así como otras normas comunitarias que afectan a la actividad audiovisual.



1

2

3

4

5

6

7

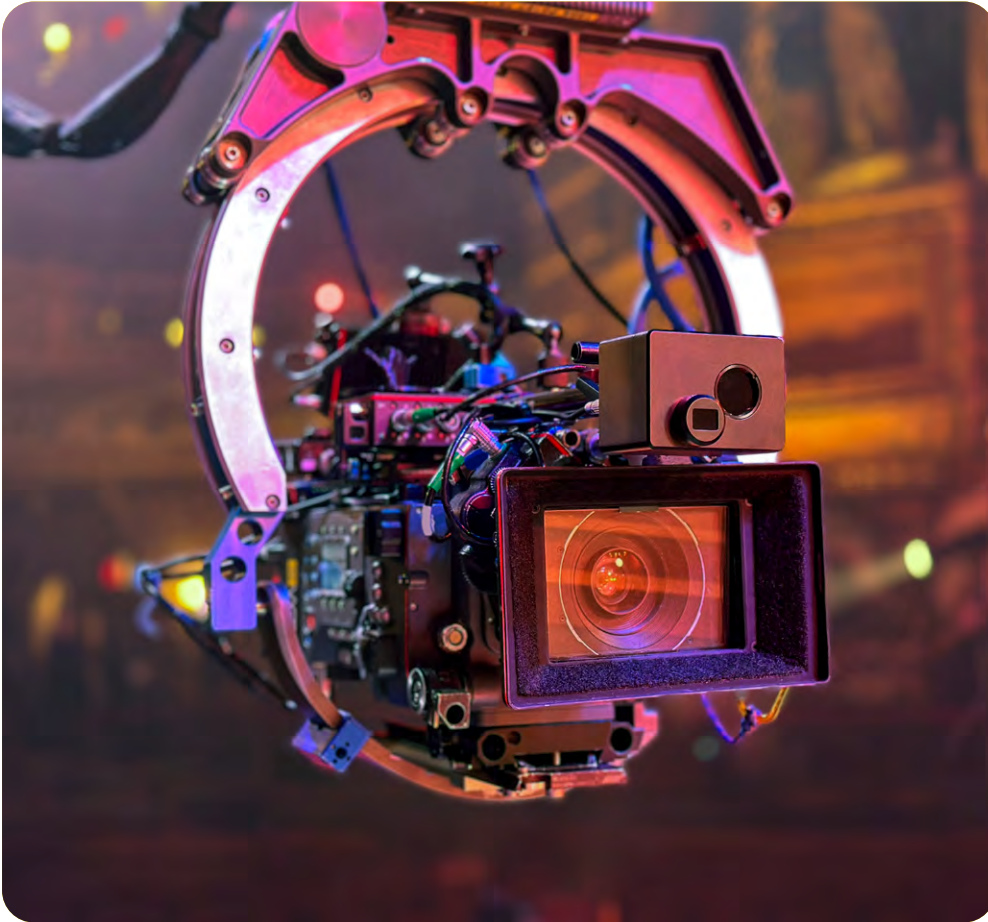
8

9

10

11

12



De particular importancia es el Reglamento de Libertad de los Medios de Comunicación, cuyo grueso ha comenzado su aplicación en agosto de 2025, que Mediaset ha apoyado pues tiene por objeto proteger el pluralismo y la independencia de los medios en la UE. Entre otras medidas, el citado Reglamento refuerza la transparencia en los sistemas de medición la audiencia, siendo de especial importancia que los sistemas de medición utilizados por las plataformas en línea estén sujetos a estas obligaciones de transparencia, y 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 normas, 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 2025, se han llevado a cabo procedimientos para la elaboración de guidelines y otra normativa de desarrollo de ambos Reglamentos (por ejemplo, sobre alertadores fiables o publicidad online), sobre los cuales Mediaset está haciendo el oportuno seguimiento.

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 ha realizado los oportunos análisis sobre la incidencia que aquél pueda tener en la actividad de la compañía, con la consecuente adopción, en su caso, de medidas oportunas para cumplir con lo dispuesto en el mismo.

Por otra parte, Mediaset ha seguido de cerca la aprobación y aplicación del Reglamento sobre transparencia y segmentación de la publicidad política, cuyo grueso ha comenzado su aplicación en octubre de 2025, el cual tiene por objeto conseguir un debate democrático más abierto y justo en Europa y evitar la manipulación de la información y la injerencia extranjera en las elecciones y que, entre otros extremos, introduce requisitos de etiquetado y obligaciones de información para anuncios de carácter político.

En lo que respecta a la accesibilidad de los servicios, Mediaset está plenamente comprometida con esta misión, tal y como se acredita en los "Informes sobre el grado de cumplimiento de obligaciones impuestas en materia de accesibilidad en los medios audiovisuales" que publica la CNMC. La accesibilidad de los servicios forma parte, por tanto, de la línea de trabajo de Mediaset.

**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 2025

48.576

5 6.459

F. 7.028

6.524

Boing 7.121

d. 6.663

E. 7.252

BE MAD 7.525

HORAS DE CONTENIDO CON
AUDIODESCRIPCIÓN EN 2025

7.759

5 490

F. 3.092

732

Boing 978

d. 584

E. 937

BE MAD 943

HORAS DE CONTENIDO EN
LENGUA DE SIGNOS EN 2025

5.950

5 393

F. 1.721

495

Boing 970

d. 567

E. 939

BE MAD 862

PROGRAMAS EN DIRECTO 2025

SUBTITULADO (HORAS)

6.461

INFORMACIÓN 41,54%
ENTRETENIMIENTO 51,67%
DEPORTES 1,32%
MÚSICA 0,07%

LENGUA DE SIGNOS (HORAS)

368

INFORMACIÓN 5,40%

HORAS DE CONTENIDOS ACCESIBLES EMITIDOS EN 2025

	Animación	Cine	Concursos	Dating	Deportes	Documentales	Docu-reality	Especiales	Eventos depor- tivos	Galas	Informativos	Magazines	Musicales	Reality-show	Reportajes	Series	Talkshow	Zapping	Total
Subtitulado	6.175:15:57	9.364:51:33	1.730:28:40	411:46:21	92:16:44	19:56:22	3.440:23:04	108:09:14		11:14:42	1.694:14:28	3.649:49:34	925:07:16	459:50:49	780:39:09	17.869:01:30	1.216:57:28	626:33:15	48.576:36:06
Audiodescripción	963:55:42	1.500:18:11	286:36:29	239:02:08			474:06:43							15:02:28	14:45:53	4.208:07:35	9:04:04	48:24:36	7.759:23:49
Lengua de signos	963:55:42	940:27:01	100:42:45	28:23:19			455:11:15				377:35:27				14:45:53	3.011:41:18	9:04:04	48:24:36	5.950:11:20
Total	8.103:07:21	11.805:36:45	2.117:47:54	679:11:48	92:16:44	19:56:22	4.369:41:02	108:09:14		11:14:42	2.071:49:55	3.649:49:34	925:07:16	474:53:17	810:10:55	25.088:50:23	1.235:05:36	723:22:27	62.286:11:15



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

CONTENIDOS SOCIALES

Durante 2025 distintos programas de Mediaset España 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

Todo es Mentira

- Opiniones de Fernando Valladares (CSIC) sobre la ola de calor, el negacionismo climático y el impacto de los pellets en playas.
- Presencia y testimonios de bomberos forestales y brigadistas, que explican su trabajo y experiencias en la lucha contra incendios.
- Paco Castañares, presidente de la Asociación Extremeña de Empresas Forestales, explica el concepto de incendio de sexta generación.

Callejeros Cuatro

En el Programa Callejeros “Dana, un año después” se abordaron los efectos de la DANA ocurrida en Valencia un año después, uno de los mayores desastres naturales de la historia de España.

Vamos a Ver

El programa informó ampliamente sobre fenómenos meteorológicos extremos y medio ambiente, incluyendo:

- Inundaciones en Cartagena y otras localidades.
- Incendios forestales en Ourense, Pontevedra, León, Extremadura, Galicia, Cádiz, Madrid y Córdoba.
- Concienciación ambiental y reciclaje, a través de campañas como “12 meses 12 causas”.

En Boca de Todos

Se trataron desastres naturales en España, incluyendo inundaciones en Tarragona, Baleares, Comunidad Valenciana y Aragón, así como los incendios forestales que afectaron varios puntos del país durante el verano.

El Programa de Ana Rosa

El programa informó sobre fenómenos naturales, incluidos incendios forestales, inundaciones y temporales que causaron daños, así como alertas por bajas temperaturas y nieve en cotas bajas.

La Mirada Crítica

- Incendios forestales en Castilla y León, Extremadura y Galicia, con cobertura in situ y entrevistas a bomberos, expertos y autoridades.
- Temporal de lluvias y borrascas (Alice, Claudia, Francis), con análisis de meteorólogos y AEMET.
- Problemas medioambientales costeros, como la proliferación de algas en Cádiz, con expertos en ecología.

El Tiempo Justo

Inundaciones y temporales: fuertes lluvias y DANA en Ibiza, Cullera, Gandía y Murcia; alerta roja por la borrasca Alice en Valencia; daños por el temporal en Málaga y Ribera Alta. Eventos de sostenibilidad: entrega de los premios “Los Océanos” en Madrid, centrados en cocina sostenible.





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Fiesta

- Incendios de agosto, con entrevistas a expertos como Javier García Rodríguez (UGT) y Ramón Campos.
- Especial sobre la DANA e inundaciones, mostrando su impacto y consecuencias.
- Seguimiento semanal de la previsión meteorológica, incluyendo borrascas e inundaciones.

Los Gipsy Kings

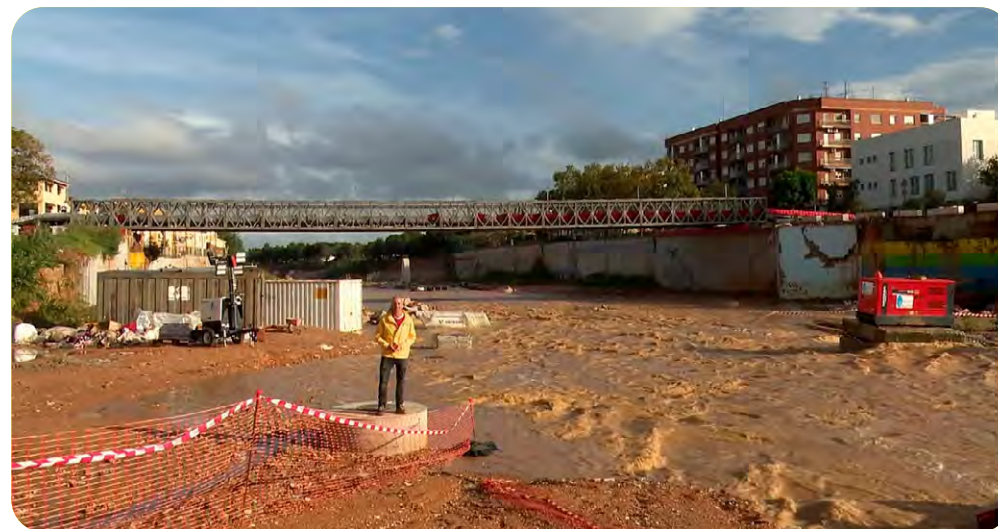
El reality mostró momentos de las familias Jiménez y Salazar en distintos entornos naturales (Plasencia, Parque de la Isla, Parque Lineal del Manzanares), destacando la preservación del medio ambiente a través del uso mínimo de plásticos, el empleo de materiales biodegradables y la limpieza de los espacios tras cada grabación. A través del humor, se enfatizó la importancia de cuidar y mantener limpios los espacios naturales.

Web informativos Telecinco

- Así cambiará nuestra forma de ir al trabajo con la nueva Ley de Movilidad Sostenible: más bicicleta y coche compartido
https://www.telecinco.es/noticias/economia/empleo/20251015/ley-movilidad-sostenible-cambiara-forma-ir-trabajo-bicicleta-coche-compartido_18_016857800.html
- Los océanos están cambiando de color: "Esto va a suponer cambios fundamentales para la vida marina"
https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20250928/por-que-oceanos-estan-cambiando-color_18_016627338.html
- Las energías renovables serán la principal fuente de energía global en 2026
https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20250924/energias-renovables-principal-fuente-energia-global-2026_18_016623177.html
- Isabel Moreno, física: "Pensamos que reciclando estamos haciendo mucho, pero dejamos huellas más grandes"
https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20250605/isabel-moreno-experta-cambio-climatico-error-pensar-reciclar-suficiente_18_015772176.html
- David fabrica muebles con cascarilla de arroz igual de resistentes que los de madera: "Es un material completamente sostenible"
https://www.telecinco.es/noticias/galicia/20250727/david-fabrica-muebles-cascarilla-arroz-resistentes-madera_18_016214633.html

UPPERS

- Conducir con marchas largas: mitos y verdades para usarlas bien sin dañar el coche y ahorrar combustible
https://www.telecinco.es/noticias/motor/20251102/conducir-marchas-largas-mitos-verdades-ahorrar-combustible-upp3rs_18_016704844.html
- Qué pasa si tienes un coche Eco, pero circulas sin distintivo ambiental en las zonas ZBE
https://www.telecinco.es/noticias/motor/20251031/que-pasa-coche-eco-sin-distintivo-zbe-upp3rs_18_016640035.html
- ¿Cuánto tiempo de vida tiene una bicicleta eléctrica?
https://www.telecinco.es/noticias/motor/20250128/cuanto-tiempo-vida-tiene-bicicleta-electrica_18_014450276.html
- Las ciudades españolas que serán inhabitables en 2050, según la NASA
https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20240708/ciudades-espanolas-inhabitables-2050-nasa_18_012965010.html





IGUALDAD

Todo es Mentira

- Intervención de Ana Redondo, ministra de Igualdad, sobre la eliminación de la discriminación racial.
- Denuncias de acoso sexual y de género en el ámbito político, con declaraciones de Rocío Arrabal, Sonsoles Rico y cobertura a casos en PSOE y PP.
- Polémica de las pulseras anti-maltratadores, con entrevistas a la jueza Esther Fernández Arjonilla y al abogado José Antonio Sires.

Vamos a Ver

Cada viernes, Patricia Pardo rindió homenaje a mujeres que han marcado la historia, destacando su labor en la ciencia, educación, periodismo, arte y lucha por la igualdad:

- **Madame Curie:** Referente en educación científica para jóvenes.
- **Isabel Zendall:** Enfermera que salvó miles de vidas en la expedición de la vacuna.
- **Valentina Tereshkova y Sara García Alonso:** Astronautas destacadas, homenajeadas con vestimenta alusiva.
- **Nellie Bly:** Periodista pionera en dar la vuelta al mundo.
- **María Callas:** Celebración en el Día de la Ópera.
- **María de Maeztu:** Primera pedagoga en España, destacada por su labor educativa.
- **'Madres de la Constitución española':** 27 mujeres que impulsaron la Transición, como Soledad Becerril y Carlota Bustelo.
- **María Pita:** Heroína gallega en la defensa de A Coruña.
- **Familias de migrantes españoles:** Reconocimiento en el Día Internacional del Migrante por su esfuerzo y legado.

Además, durante la temporada 2025, el programa abordó distintos casos de violencia de género, contando con la participación de juristas y psicólogas expertas en igualdad. Algunos casos destacados incluyen:

- Joven de 17 años asesinada por su novio en El Rubio, Sevilla (08/01).
- Lina Guillén Balbuena asesinada por su expareja en Benalmádena, Málaga (10/02).
- Andrea Bejarano, asesinada por su exmarido en Burgos tras desaparecer (19/03).
- Chloe, 15 años, asesinada por su expareja de 17 años en Orihuela Costa, Alicante (27/03).
- Rocío, 54 años, asesinada a martillazos en Cartaya, Huelva (24/04).
- Marisa, mujer cubana, asesinada por su pareja en Getafe, Madrid (24/06).
- Susana Sierra, encontrada asesinada en un cubo de basura en Gijón, Asturias, a manos de su pareja (25/06).
- Caso de violencia de género en Fuentesauco, Zamora (15/07).



En Boca de Todos

Se trataron temas relacionados con la violencia de género y la desigualdad:

- Agresión por ex policía: Mujer de Conil de la Frontera acusa a un expolicía de agredirla y comparte su testimonio.
- Intento de feminicidio: Caso en Montcada i Reixac donde un hombre estrangula a su expareja y hiere a una vecina con un hacha; la víctima relató su experiencia en el programa.
- Negacionismo juvenil de la violencia de género: Aumento de jóvenes que niegan la existencia de la violencia de género.
- Jueza Francisca Verdejo bajo escrutinio: El CGPJ analiza quejas por posible "maltrato institucional" a víctimas de violencia machista.
- Aumento de mutilación genital en España: Crece la alerta por casos de ablación de clítoris; al menos 17 niñas afectadas.
- Desigualdad en los Premios Goya: Estudio indica que los galardones favorecen a actrices jóvenes y delgadas.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

El Programa de Ana Rosa

Durante todo el año se abordaron distintos casos de violencia machista y agresiones sexuales a mujeres, contando con la participación de profesionales, expertos y familiares de las víctimas.

La Mirada Crítica

Durante la temporada 2025 se informó sobre diversos casos de violencia de género y agresiones sexuales a mujeres. Además, se dio cobertura al fallo en las pulseras anti-maltrato, incluyendo:

- 25/09: Sánchez respalda a la ministra de Igualdad ante la crisis.
- 26/09: La delegada del Gobierno pide perdón a las víctimas afectadas.
- 02/10: El Ministerio de Igualdad ofrece su versión sobre los fallos.
- 14/11 y 25/11: Se entrevistó a María Martín, presidenta de la Asociación de Víctimas de Violencia de Género, destacando el Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer.
- Asimismo, el 10/12 se entrevistó a la periodista Cristina Fallarás sobre casos de acoso sexual por políticos socialistas, a raíz del caso de Paco Salazar publicado por Eldiario.es.

El Tiempo Justo

Se cubrieron casos relacionados con fallos en las medidas de protección y acoso sexual:

- 18/09/2025: Un error en las pulseras telemáticas de condenados por malos tratos provocó que quedaran absueltos al no poder demostrarse la ruptura de la orden de alejamiento; se entrevistó a una mujer víctima afectada por esta situación.
- 16/12/2025: Se trataron las denuncias por acoso sexual contra José Tomé, presidente de la Diputación de Lugo, incluyendo la cobertura de su rueda de prensa de dimisión.

Los Gipsy Kings

La producción destaca por su enfoque en igualdad de género, centrándose en la vida de dos familias de etnia gitana y mostrando a mujeres en roles de poder a lo largo de seis episodios. Algunos momentos clave durante 2025 incluyeron:

- Raquel y Noemí se convierten en mujeres de negocios exitosas, tanto en redes sociales como en el emprendimiento de Raquel, la brillilhurrería.
- Rebe, Susi y Graciela ejercen como jurado en el certamen Miss Belleza Gitana, mostrando independencia y liderazgo.

Web informativos Telecinco

- Elena García Armada, la científica que ha devuelto la movilidad a niños que no pueden caminar: "No existe nada igual"
https://www.telecinco.es/noticias/salud/20250618/elena-garcia-armada-cientifica-devuelto-movilidad-ninos-caminar-exoesqueleto_18_015872716.html
- Llegar a la ciencia siendo mujer: "Si se traslada que algo solo es de chicos nunca van a aspirar a ello"
https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20250211/mujer-llegar-trabajar-ciencia-superar-estereotipos_18_014709304.html
- Barcelona impulsa rutas deportivas "seguras" para que las mujeres puedan caminar y correr
https://www.telecinco.es/noticias/catalunya/20250808/barcelona-impulsa-rutas-deportivas-seguras-mujeres-caminar-correr_18_014092167.html
- 50 años del 8M: el machismo en la televisión y anuncios que hoy en día serían impensables
https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20250307/50-anos-8m-machismo-television-anuncios-impensable_18_014970136.html
- El empleo femenino gana fuerza con 10 millones de ocupadas, aunque aún persisten las desigualdades
https://www.telecinco.es/noticias/economia/empleo/20250308/dia-internacional-mujer-empleo-femenino-ocupadas-desigualdades-8m_18_014966611.html





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

UPPERS

- ‘Las chicas de oro’ o cómo cuatro mujeres maduras revolucionaron la televisión: “Pasados los 50 se podía seguir deseando y sentirse deseada”
https://www.telecincinco.es/noticias/cultura/20251026/chicas-oro-pedro-angel-sanchez-serie-revoluciono-television-upp3rs_18_016935738.html

- Julio Llamazares o seguir las huellas del padre: “Hay que prestar más atención a las historias de nuestros mayores”
https://www.telecincinco.es/noticias/cultura/20251005/julio-llamazares-libro-viaje-padre-memoria-guerra-civil_18_016766332.html



uppers.es



Divinity, plataforma digital

- María Zuñil, autora de ‘La mitad que sangra’: “A nivel social la menstruación todavía se ve como algo sucio o de lo que avergonzarse”
https://www.divinity.es/actualidad/20251118/maria-zuñil-la-mitad-que-sangra-menstruacion-todavia-algo-sucio_18_017416782.html
- Vivir con endometriosis, una enfermedad crónica: “Los dolores por la menstruación me impedían salir de la cama”
https://www.divinity.es/life-style/bienestar/20250314/vivir-endometriosis-enfermedad-progresiva-cronica-dolores-menstruacion_18_015030472.html
- Ibone Olza, psiquiatra, sobre las madres españolas sobrecargadas: “Hay un esfuerzo mental excesivo y está pasando factura”
https://www.divinity.es/familia/20251010/madres-espanolas-salud-mental-sobrecarga-pasando-factura-psiquiatra_18_016793046.html
- Así son los padres actuales: “Hoy en día existen más hombres que nunca cuidando niños pequeños”
https://www.divinity.es/familia/20250515/asi-son-padres-actuales-cuidando-ninos-pequenos_18_014952569.html
- Victoria Gabaldón, creadora de MaMagazine: “La maternidad no es solo ser madre, nos atraviesa a todas”
https://www.divinity.es/cultura/20250504/victoria-gabaldon-fundadora-mamagazine-maternidad-no-solo-madres_18_015068887.html



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

DIVERSIDAD

Todo es Mentira

Colaboradores destacados

- Pablo Echenique: secretario de Acción de Gobierno, Institucional y Programa de Podemos.
- Moha Gerehou: periodista y activista antirracista.
- Lucía Caram: monja dominica.

Invitados y entrevistas

- Elma Saiz, ministra de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, entrevistada en el Chester.

Opinión y crítica en plató

- Marina Rivers, creadora de contenido, criticó el auge de la homofobia y el racismo durante el programa.



Callejeros Cuatro

El programa “Formas de amar” de Callejeros exploró el panorama afectivo y de géneros en España, mostrando desde jóvenes que valoran la virginidad y el matrimonio como compromiso, hasta parejas poliamorosas que establecen reglas claras en sus relaciones.

Vamos a Ver

Se presentaron múltiples casos de acoso escolar en distintas ciudades de España, afectando a niños y adolescentes entre 11 y 16 años.

Los casos incluyen:

- Acoso verbal y físico por parte de compañeros.
- Agresiones graves, palizas y maltrato en colegios e institutos.
- Testimonios de víctimas, familiares, psicólogos y juristas para visibilizar y denunciar la violencia escolar.

También se destacaron situaciones de maltrato y abuso hacia personas con discapacidad, incluyendo agresiones y explotación sexual.

En Boca de Todos

LGTBIQ+ y derechos de personas trans

- Agresiones y acoso a personas LGTBIQ+, incluyendo homofobia (persecuciones, insultos, agresiones).
- Problemas legales y sociales relacionados con personas trans.
- Debate sobre la Ley Trans y cambios de sexo/identidad legal.

Bullying, acoso y discriminación escolar

- Niños y adolescentes con discapacidad o problemas de acoso escolar sufren maltrato en colegios e institutos.

Violencia y delitos

- Agresiones físicas motivadas por racismo, homofobia o maltrato a personas vulnerables.
- Ataques a repartidores de comida y a personas sin hogar.
- Menores que humillan o queman a personas sin hogar.
- Bloqueo de accesos a personas con discapacidad por vecinos.

Educación y cultura

- Debate sobre la inclusión de religión islámica en colegios andaluces.
- Guías de educación sexual para niños de Primaria.
- Controversias sobre normas sociales y religiosas (burkini en Cataluña).



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Viajeros Cuatro

El programa recorrió diversos entornos naturales de España y el mundo, mostrando fauna, flora y paisajes singulares:

- Sri Lanka (Minneriya National Park): elefantes asiáticos en libertad, recorridos en safari.
- Puerto Rico (Bosque del Yunque): bosque tropical lluvioso con cascadas, piscinas naturales y especies únicas como el coquí y la cotorra puertorriqueña.
- Mallorca (Salinas de Es Trenc): playa virgen, dunas, pinares, humedales y producción artesanal de sal.
- Asturias (Costa oriental): playa interior de Gulpiyuri, singularidad geológica y paisajística.
- Córdoba (Parque Natural Hornachuelos): fiordos cordobeses, aves en peligro de extinción, navegación sostenible con energía solar.
- Segovia (Hoces del Río Duratón): excursión en piragua, paisajes protegidos, mayor colonia de buitres leonados de Europa.

El Programa de Ana Rosa

Abordó temas de homofobia y bullying, con testimonios de víctimas, expertos y reportajes in situ.

- Críticas a Donald Trump por su política contra inmigrantes y colectivos vulnerables, y por enviar agentes de inmigración a eventos como la Super Bowl.
- Intolerancia religiosa: análisis de la reacción a un sacerdote que ofició misa con bandera LGTBI, destacando la necesidad de inclusión y pluralidad en la iglesia.



La Mirada Crítica

El programa trató el tema del bullying y acoso escolar, con entrevistas a expertos como Carmen Cabestany. También realizó la cobertura de actos de homenaje a víctimas, como el minuto de silencio por dos niñas fallecidas en Jaén.

El Tiempo Justo

El programa ofreció contenidos sobre maltrato animal, superación personal y diversidad, incluyendo:

- Denuncia de maltrato animal por parte de Paula Sánchez Zurdo.
- Sección de mascotas con IUMIUKY.
- Superación personal y deporte, con entrevista a Marta Francés, medallista española que superó un tumor en el cerebelo tras participar en los Juegos de París 2024.

Web informativos Telecinco

- Los Vázquez, la familia sorda que rompe barreras: "Nuestro hijo ha luchado mucho para llegar a donde está"
https://www.telecinco.es/noticias/testimonios/20250928/vazquez-familia-sorda-rompe-barreras-hijo-luchado-mucho_18_016691754.html
- "No mires hacia otro lado": así es la campaña del Ministerio de Igualdad que busca concienciar del racismo
https://www.telecinco.es/especiales/20250924/campana-ministerio-igualdad-concienciar-racismo_18_016672134.html
- Mónica Ibáñez, trabajadora de Envera Castro, cafetería que emplea a personas con discapacidad intelectual: "Todos podemos ser los mejores en algo"
https://www.telecinco.es/noticias/madrid/20251006/cafeteria-envera-gastro-emplea-personas-discapacidad-intelectual-barajas-madrid_18_016785319.html
- Oliver, Jesús y José Ángel luchan contra el estigma social por el VIH: "No nos convierte en una persona que valga menos"
https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20251018/jovenes-luchan-estigma-social-vih-marcha-positiva-madrid_18_016901207.html
- ¿La religión está de moda? La vocación se convierte en un reclamo en la música, redes sociales y las películas
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20251027/religion-moda-vocacion-convierte-reclamo-musica-redes-sociales_18_016976540.html



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

UPPERS

- El edadismo que no vemos: “No tomes decisiones por tus padres, escúchalos”

https://www.telecincinco.es/noticias/estilo-de-vida/20250806/edadismo-tomar-decisiones-por-padres-upp3rs_18_016182613.html

- Cuando al amor de tu vida le diagnostican ELA: “Aprendí a perderle el miedo a la muerte”
- https://www.telecincinco.es/noticias/salud/20250720/cuando-amor-vida-diagnostican-ela-aprendi-perder-miedo-muerte-upp3rs_18_015808623.html

- Máximo Huerta y el momento en el que dejó de decirle la verdad a su madre: “Tienes que mentir aunque duela”
- https://www.telecincinco.es/noticias/estilo-de-vida/20250903/maximo-huerta-momento-dejar-decir-verdad-madre-upp3rs_18_016490787.html

Divinity, plataforma digital

- Miriam Garlo, protagonista de ‘Sorda’: “Tras perder la audición no me pude relajar hasta los 30, que caí en depresión”
- https://www.divinity.es/cultura/20250514/miriam-garlo-protagonista-pelicula-sorda-perder-audicion-30-depresion_18_015555762.html

- Teresa Castro, demógrafa: “Ser madre con más de 40 años es una tendencia común por muchos factores”
- https://www.divinity.es/familia/20250730/teresa-castro-demografa-ser-madre-mas-40-anos-factores_18_016044120.html

- Una madre de acogida desde hace 15 años: “Nos ha cambiado la forma de ver la vida”
- https://www.divinity.es/familia/20250531/madre-acogida-15-anos-cambiado-forma-ver-vida_18_015224772.html

- Familias enlazadas, un modelo al alza en España: mitos y dificultades a los que se enfrentan
- https://www.divinity.es/familia/20250515/familias-enlazadas-espana-dificultades-enfrentan_18_015479048.html

- Carla Restoy, influencer católica, opina sobre la fecundación in vitro: “El hijo es fruto de un proceso técnico en un frío laboratorio”
- https://www.divinity.es/familia/20250928/carla-restoy-influencer-catolica-fecundacion-in-vitro-proceso-frio-laboratorio_18_016635577.html





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

SALUD Y PREVENCIÓN

Todo es Mentira

Durante la programación se abordaron temas de salud, educación emocional y del sector agroalimentario:

- Mónica García, ministra de Sanidad, intervino para explicar las medidas relacionadas con el caso del Hospital de Torrejón y la nueva ley antitabaco.
- Elsa Punset, escritora y divulgadora, compartió reflexiones sobre inteligencia emocional en la silla del pueblo.
- Jaume Bernis, responsable del sector porcino en COAG, habló sobre el brote de peste porcina africana en Barcelona.
- Víctor Pedrera, secretario general de CESM, explicó la situación de la huelga de médicos.

Callejeros Cuatro

El programa Callejeros: Salud Mental abordó la problemática del bienestar psicológico en España, destacando que uno de cada cuatro españoles tiene o tendrá problemas de salud mental en un país que lidera el consumo de ansiolíticos.



En Boca de Todos

Se abordaron temas de salud, bienestar y condiciones laborales:

- Cribados de cáncer de mama en Andalucía: Cobertura de la crisis del programa que dejó a unas 2.000 mujeres sin seguimiento de sus mamografías.
- Vida sexual de los españoles: Según el CIS, el 73% declara estar satisfecho con su vida sexual.
- Concentración de médicos: Huelga reclamando mejores condiciones laborales.

Territorio Pampliega

El programa *Mocromafia, sicarios, el síndrome del sur* abordó los efectos negativos del narcotráfico y las drogas, mostrando que la delincuencia proporciona dinero rápido, pero con alto riesgo de cárcel o muerte. También trató los problemas de salud mental que sufren los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado debido a la fuerte presión del crimen.

El Programa de Ana Rosa

Durante la temporada, se cubrieron temas de salud mental, bullying, suicidio juvenil y consumo de drogas, con la participación de psicólogos, expertos, Policía y Guardia Civil. También se investigó la distribución de drogas por internet, el peligro de nuevas sustancias y sus efectos en jóvenes. Otros contenidos destacados sobre salud y bienestar incluyen:

- Impacto de los precios de la cesta de la compra en la alimentación y la salud.
- Estrategias para controlar el estrés y cuidar la salud mental.
- Investigación del mercado negro del medicamento Ozempic.
- Enfermedad piel de mariposa, con expertos sobre su impacto.
- Alzheimer, con el caso de Juan López y cómo su nieto enfrenta los retos de cuidar a su abuela.

Fuera de Cobertura

Se abordaron situaciones de crisis humanitaria y violencia educativa:

- Nueva York, el espejismo americano: La ciudad enfrenta una crisis humanitaria desde la llegada de 200.000 migrantes en 2022, con albergues colapsados y familias con niños mendigando en Manhattan. Se da voz a las víctimas y se muestran las acciones de la Policía y ONGs para brindar bienestar social.
- La mala educación, aumento de agresiones a maestros: 8 de cada 10 docentes de la ESO sufren agresiones verbales; el 77% padece ansiedad y el 12% depresión. El reportaje analizó las causas de la violencia en las aulas y sus efectos en la salud del profesorado, con la ayuda de expertas en psicología.



La Mirada Crítica

Temas de salud, nutrición y prevención:

- Prohibición de fumar en terrazas: Cobertura de la aprobación por el Consejo de Ministros, con declaraciones de la ministra.
- Crisis de cribados de cáncer de mama en Andalucía: Seguimiento de la situación con participación de la presidenta de Amama.

Salud y hábitos alimentarios:

- Ayuno intermitente.
- Impacto del humo de incendios en los pulmones.
- Consecuencias de la peste porcina.
- Prevención de atragantamientos.

Fiesta

Durante los sábados y domingos se abordaron temas de actualidad sanitaria y hábitos de vida saludable, ofreciendo pautas para mejorar la salud y prevenir riesgos:

Salud y prevención:

- Síndrome de piernas inquietas, oleadas de gripe y peste porcina.
- Prevención del cáncer de mama e ictus.
- Peligros de los tóxicos en tejidos.

Cocina y nutrición:

- Cocina de aprovechamiento.
- Salud a partir de los 50.

El Tiempo Justo

Durante finales de 2025, los programas se centraron en salud y prevención de enfermedades:

- Gripe en España: Aumento de casos con la llegada del frío y adelanto de la ola por la variante K.
- Peste porcina.
- Investigación sobre mercado negro de inyecciones adelgazantes.





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

PROMOCIÓN DE LA CULTURA

Todo es Mentira

Se realizaron entrevistas sobre cultura y divulgación:

- Pedro Ruiz: Escritor, cantante y comediante, habló sobre su libro y su visión de la sociedad.
- Hernán Zin: Cineasta y escritor, director de Todos Somos Gaza.
- Jorge Alcalde: Divulgador científico, explicó un estudio que sugiere que la gravedad refleja cómo el Universo organiza la información.

En Boca de Todos

Se realizaron promociones y coberturas de eventos culturales, gastronómicos y de entretenimiento, incluyendo:

- Gastronomía: Premios Estrella Michelin, homenaje a Salvador Gallego, festival de cocina de caza y Madrid Fusión (búsqueda del mejor bocadillo de España).
- Cine y televisión: Promociones de películas (Todos los lados de la cama, Los Muértimer, Wolfgang) y del programa Mis raíces.
- Motor y sector lácteo: Gala Más que coches e INLAC (sector lácteo).
- Música: Nuevas fechas de conciertos de Bad Bunny en España.
- Eventos y reportajes especiales: Congreso de Vinos Mediterráneos y viaje de Jesús Calleja al espacio (Calleja en el espacio).
- Festivales y producciones: South International Series Festival en Cádiz.



Viajeros Cuatro

Durante la temporada 2025, los programas mostraron viajes culturales, gastronomía y patrimonio histórico en España y en el extranjero, destacando experiencias locales y tradiciones:

- Sri Lanka: Clase de cocina srilankesa, y recorrido por los campos de té, mostrando el trabajo artesanal de las mujeres en la cosecha.
- Puerto Rico: Cultura afroboricua en Loíza. Actividad gastronómica chinchorro y visita al Castillo San Felipe del Morro con la historiadora Lara Caride, destacando su valor histórico y Patrimonio de la Humanidad.
- Barcelona y sus playas: Torres humanas de castellers en Vilanova i la Geltrú, recorrido por el modernismo de Gaudí y el recinto de Sant Pau.
- Costa de Asturias: Cultura sidrera asturiana, mostrando la elaboración artesanal de sidra reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
- Segovia: Acueducto y catedral de Segovia, paseo en bici por El Alcázar y la Iglesia de la Vera Cruz; visita al Real Sitio de La Granja de San Ildefonso y espectáculo de sus fuentes ornamentales.
- Córdoba: Ruta histórica por el Puente Romano, barrio de la Judería, Medina Azahara, Reales Alcázares, Caballerizas Reales y Mezquita-Catedral. Además, visita a patios cordobeses con Eva Pedraza y preparación tradicional de salmorejo por la Cofradía del Salmorejo Cordobés.

El Programa de Ana Rosa

Se cubrieron **eventos culturales destacados**: Aitana Ocaña recibió el Premio Cultura de *La Vanguardia* de manos del Rey Felipe VI. Además, se presentó el libro *Luna Roja* de Nieves Herrero, con entrevista en plató a la autora.

Los Gipsy Kings

El programa promueve la diversidad cultural, mostrando la vida y tradiciones de protagonistas de etnia gitana, como los preparativos de la boda de Graciela y el bautizo de Raquel. Esta representación fomenta la inclusión, el respeto por la diversidad y la apertura cultural, enriqueciendo al espectador y contribuyendo al progreso social.



Web informativos Telecinco

- Estrella Morente brilla en el Teatro Real con su espectáculo 'Estrella a Estrellas': "Hemos heredado ese compromiso con el arte"
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20251010/estrella-morente-brilla-teatro-real-espectaculo_18_016831554.html
- 100 años del universo Disney en una exposición que recopila los tesoros de su historia
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20250930/centenario-universo-disney-exposicion-tesoros-historia_18_016735240.html
- 'Gaza a través de sus ojos': el Thyssen expone el "testimonio vivo" de 27 fotoperiodistas palestinos
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20250923/gaza-traves-ojos-thyssen-expone-testimonio-vivo-fotoperiodistas-palestinos_18_016667851.html
- La cámara 'Leica' celebra sus 100 años de aniversario: "Es un objeto de lujo, lo ha sido siempre".
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20250909/camara-leica-aniversario-100-anos-objeto-lujo_18_016541424.html



UPPERS

- Quique González canta a la generación de 50 años: "Ahora me gusta ir fresco a dejar a mi hija al colegio"
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20251109/quique-gonzalez-canta-su-generacion-fresco-hija-colegio-upp3rs_18_017411890.html
- Los Secretos se toman un descanso: "Llevamos desde el año 80 sin parar de tocar"
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20251020/los-secretos-toman-descanso-conciertos-hasta-2027-upp3rs_18_016905988.html
- Leonardo Sbaraglia: "He escrito cartas de amor, he hecho cosas románticas; siempre voy a intentar arder"
https://www.telecinco.es/noticias/cultura/20251001/leonardo-sbaraglia-escrito-romanticas-intentar-los-dias-perfectos-bergareche-cartas-de-amor_18_016743601.html

Divinity, plataforma digital

- El boom de los clubes de lectura abiertos por famosas y su importante impacto: "Beneficia al ecosistema editorial"
https://www.divinity.es/actualidad/20250916/clubes-lectura-famosas-impacto-ecosistema-digital_18_016270927.html
- De viaje con Jane Austen a sus lugares más icónicos: el pueblo en el que vivió, Bath, y la casa en la que murió
https://www.divinity.es/life-style/viajes/20250816/jane-austen-lugares-iconicos-pueblo-vivio-bath-casa-murio_18_016036713.html
 - Anecdótico de la Historia de los 'Globos de Oro' en sus más de ochenta ediciones
https://www.divinity.es/blogs/oteradas/20250105/anecdótico-historia-globos-oro-ediciones_6_011362915.html
 - 30 años sin Lola Flores: los diez momentazos de 'La Faraona' más allá del "Si me queréis, irse"
https://www.divinity.es/blogs/oteradas/20250516/lola-flores-momentazos-30-aniversario-muerte-faraona-frases_6_015588325.html



CESIÓN DE ESPACIOS

En 2025 Mediaset España ha mantenido su compromiso con la difusión de valores asociados a determinados proyectos o instituciones sin animo de lucro, no sólo a través de la programación que emite sino también mediante la cesión gratuita de espacio publicitario.

ESPACIOS PUBLICITARIOS CEDIDOS EN 2025 (MILES €)

14.963

5

5

4.488

2.650

4.920

933

5

1.972

CAMPAÑAS APOYADAS EN 2025

- 12 MESES 12 CAUSAS
- 12 MESES ACOSO ESCOLAR
- 12 MESES AMIGOS MAYORES
- 12 MESES ASOCIACIÓN CONTRA EL CÁNCER
- 12 MESES AUTISMO
- 12 MESES BANCO DE ALIMENTOS
- 12 MESES DÍA DEL NIÑO
- 12 MESES DIABETES
- 12 MESES ESCLEROSIS MÚLTIPLE
- 12 MESES FAD
- 12 MESES FUNDACIÓN APSURIA
- 12 MESES ICTUS
- 12 MESES LECTURA

CAMPAÑAS APOYADAS EN 2025

- ASPACE
- AUTOCONTROL
- DANA
- FAD
- FAD JUVENTUD BIENESTAR
- FUNDACIÓN PEQUEÑO DESEO
- FUNDACIÓN REINA SOFÍA
- FUNDACION ALADINA
- FUNDACIÓN QUERER
- COMPARTE Y RECICLA
- SÍNDROME DE DOWN
- WINGS FOR LIFE



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

COMUNICACIÓN SOCIAL

12 MESES 12 CAUSAS. COMPROMISO SOCIAL DE MEDIASET ESPAÑA

12 Meses 12 Causas, el proyecto de comunicación social de mayor trayectoria en el panorama audiovisual español, reafirmó en 2025 su compromiso con la sociedad. La iniciativa movilizó, un año más, a organizaciones expertas en doce causas sociales generando un impacto significativo en la concienciación pública. Para incrementar su impacto, doce presentadores de Mediaset España ejercieron de manera altruista como embajadores de cada una de las campañas.

La iniciativa vertebró su estrategia de difusión a través de un potente spot institucional, con una amplia presencia en los canales de televisión, las plataformas digitales y las redes sociales de Mediaset España, así como en circuitos de pantallas digitales en los principales centros comerciales del país. Paralelamente, los programas informativos y de entretenimiento de Telecinco y Cuatro desplegaron una cobertura editorial integral cada mes, ofreciendo a la audiencia análisis profundos y perspectivas diversas sobre cada temática abordada.

En el año 2025 la iniciativa recibió 14 prestigiosos galardones otorgados por el “Festival Internacional de Comunicación Infantil y Juvenil el Chupete”, el “Festival Internacional de Publicidad Social Publifestival”, el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI) y Grupo DR Automóviles. Estos premios recibidos vienen a reforzar el impacto social que tienen las campañas del proyecto de comunicación social de Mediaset España.



ENERO

Desconecta para reconectar

FAD JUVENTUD

12 Meses 12 Causas comenzó el año animando a los espectadores a dejar de lado la comunicación por la vía digital para mostrar que hay vida más allá de las pantallas y aprender a desconectar del universo online. La campaña contó con Sandra Barneda como embajadora y con FAD Juventud como organización experta. Alcance en televisión de la campaña:

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **14,9 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **17,6 millones de espectadores**

FEBRERO

Para frenar el ictus detectarlo a tiempo es vital

FUNDACIÓN FRENO AL ICTUS

La detección precoz de ictus centró la causa de 12 Meses 12 Causas del mes de febrero. Una de cada cuatro personas sufrirá la enfermedad a lo largo de su vida. Detectarla cuanto antes para reducir la mortalidad y los efectos que provoca fue el eje central de la campaña protagonizada por Jorge Javier Vázquez en colaboración con la Fundación Freno al Ictus.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **9,1 millones de espectadores**

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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

MARZO

Somos infinitos

CONFEDERACIÓN AUTISMO ESPAÑA

Aunque compartan diagnóstico, cada persona autista es diferente y tiene sus propias capacidades, necesidades e intereses. Reforzar el sentimiento de que hay tantos tipos de autismo como personas fue el foco de la campaña de 12 Meses 12 Causas de marzo, elaborada en colaboración con la Confederación Autismo España, que contó con Risto Mejide como embajador de la iniciativa.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **3,65 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **16,4 millones de espectadores**

ABRIL

Por el fomento de la lectura

FUNDACION GERMÁN SÁNCHEZ RUIPÉREZ

Sumergirse en el relato de un libro y convertir la lectura en un hábito conllevan múltiples beneficios en diversos ámbitos: leer activa tanto el cuerpo como el cerebro reduciendo el estrés, promueve la salud y la integración social, fomenta la empatía en un mundo cada vez más digital, moldea pensamientos y actitudes ayudando a comprender mejor a los demás y contribuye al desarrollo cognitivo y emocional. Potenciar la práctica de la lectura en la sociedad fue la piedra angular de la campaña de 12 Meses 12 Causas del mes de abril que contó con la periodista de Mediaset España María Casado como embajadora y con la Fundación Germán Sánchez Ruipérez como organización experta.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **3,1 millones de espectadores**

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

MAYO

Personas con el alma muy grande

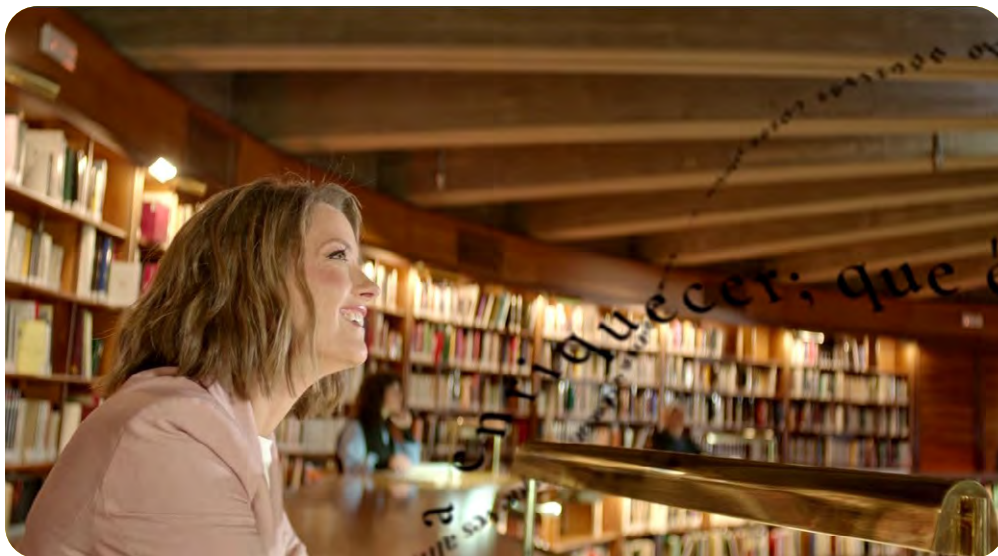
FUNDACIÓN APSURIA

Más de un millón de personas tienen una discapacidad superior al 60% en España. A diario afrontan múltiples dificultades para realizar diversas actividades de la vida cotidiana como alimentarse, vestirse, comunicarse o moverse. Es una realidad en la que les acompañan sus familias y cuidadores. En ellos puso foco la campaña de junio realizada en colaboración con la Fundación APSURIA que contó con Santi Acosta como embajador.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **4,3 millones de espectadores**

Alcance spot en antena: **13,6 millones de espectadores**





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

JUNIO

Para poder hace falta querer

FUNDACION QUERER

Más de tres millones de personas en España padecen una enfermedad rara y el 35% de ellas manifiesta sus primeros síntomas en la infancia. Fomentar la investigación y ofrecer un apoyo educativo adaptado a las necesidades de los menores que las sufren, fueron el eje central de la campaña de junio elaborada junto a la Fundación Querer que contó con Joaquín Prat como embajador.

Alcance en televisión de la campaña

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

Alcance spot en antena: **15,3 millones de espectadores**



JULIO

Crecimos de su mano

FUNDACIÓN AMIGOS DE LOS MAYORES

La soledad no deseada de las personas mayores se agrava, todavía más, en la época estival. Apelar a nuestra conciencia social para no abandonar a los que han dado todo por nosotros fue el objetivo de la campaña del mes de julio que contó con Ana Terradillos como embajadora y con la Fundación Amigos de los Mayores como organización experta para desarrollarla.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **2,5 millones de espectadores**

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

AGOSTO

No pongas tu piel en juego

AECC

Proteger nuestra piel de los rayos solares es vital de cara a prevenir la aparición de un cáncer de piel. 12 Meses 12 Causas abanderó en agosto la prevención de esta enfermedad siguiendo una serie de consejos que los espectadores pueden llevar a cabo para protegerse. Beatriz Archidona fue la encargada de abanderar la causa realizada en colaboración con la Asociación Española Contra el Cáncer.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **2,8 millones de espectadores**

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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

SEPTIEMBRE

Plántale cara al acoso escolar

FUNDACIÓN ANAR

Septiembre marca el inicio del curso escolar. Pero también es el inicio del sufrimiento de muchos escolares que ven con angustia, miedo y pánico como el acoso escolar vuelve a sus vidas. Con el objetivo de frenarlo, 12 Meses 12 Causas junto con la Fundación ANAR, desarrolló una campaña, protagonizada por Manu Carreño, para animar a las personas que lo sufren y a los que son testigos, a contarlo para hacerle frente.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **3,4 millones de espectadores**Alcance spot en antena: **17 millones de espectadores**

OCTUBRE

Lo damos todo

FESBAL

En España los bancos de alimentos ayudan a más de un millón de personas. Conseguir que la Gran Recogida anual sea un éxito es una prioridad. Y para ello, la participación ciudadana como voluntarios es vital. Por eso, un año más, 12 Meses 12 Causas unió fuerzas junto a FESBAL para realizar un llamamiento a los espectadores para convertirse en voluntarios bajo el claim "Lo damos todo" y con Ana Rosa Quintana como embajadora de la iniciativa.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **3,2 millones de espectadores**Alcance spot en antena: **9,3 millones de espectadores**

NOVIEMBRE

Diabetes, más de 180 decisiones vitales al día

FEDE

Fomentar la investigación y la detección precoz de la diabetes fue el pilar central de la campaña de la iniciativa solidaria de 12 Meses, 12 Causas en noviembre junto a la Federación Española de Diabetes. La campaña contó con Carlos Sobera como embajador.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **7,2 millones de espectadores**Alcance spot en antena: **12 millones de espectadores**

DICIEMBRE

La enfermedad de las 1000 caras

ESCLEROSIS MÚLTIPLE ESPAÑA

Los síntomas de la esclerosis múltiple son diferentes en cada paciente. Por eso, se le llama la enfermedad de las 1000 caras. Visibilizar la enfermedad y fomentar su diagnóstico precoz y preciso fueron los objetivos de la última campaña del año elaborada junto a Esclerosis Múltiple España que contó con Isabel Jiménez como embajadora.

Alcance en televisión de la campaña

Alcance coberturas editoriales: **4,3 millones de espectadores**Alcance spot en antena: **12,8 millones de espectadores**

**DESARROLLO
SOSTENIBLE**

MEDIASETespaña.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.



En 2025 Mediaset España entró a formar parte de la Plataforma Control Z, entidad transversal y apolítica que reúne a entidades médicas y psicológicas, fundaciones y asociaciones de la sociedad civil y a grupos mediáticos que promueven una regulación con medidas basadas en la evidencia científica que garantice la convivencia saludable entre los ciudadanos y las tecnología conectadas.



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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12



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 2025

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 2025

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)



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12



Máster Universitario de Creación y Gestión de
Contenidos Audiovisuales
Acuerdos de colaboración con Universidades y
Escuelas de Negocio
Formación a la plantilla
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 2025

INDICADOR

Ofrecer programas de capacitación, disponibles y accesibles a todos los grupos	Plan de formación 2025 (6.2 Gestión del talento)
	Horas de formación a plantilla, desagregado por género y categoría profesional (6.2 Gestión del talento)
Proporcionar incentivos para que los empleados desarrollen habilidades adicionales o continúen su educación	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)
Programas de pasantías	Cátedra Mediaset-UEM (6.2 Gestión del talento)
	Becas "Sumas Talento" Madrid Audiovisual Drama School (6.2 Gestión del talento)
	Becas de estudio (6.2 Gestión del talento)
	Horas de formación (6.2 Gestión del talento)
	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 2025

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)
	Media de horas de formación de los empleados, desagregada por categoría laboral y género (6.2 Gestión del talento)
Garantizar el acceso equitativo a todos los programas de educación y capacitación respaldados por la empresa	

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

ACCIONES 2025

INDICADOR

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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12



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 2025

INDICADOR

Incorporar el principio de igualdad de género en las políticas y procesos

Código de Conducta (6.3 Igualdad)
Planes de Igualdad (6.3 Igualdad)

Incluir cláusulas de no discriminación en el código de conducta

Código de Conducta (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 de Conducta (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 2025

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 2025

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



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

ACCIONES 2025

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

INDICADOR

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 2025

Implementar mecanismos de cumplimiento para eliminar el trabajo forzoso, la esclavitud moderna y el trabajo infantil

INDICADOR

Código de Conducta (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 2025

Implementar el compromiso con los derechos laborales, sin discriminación

Introducir sistemas de gestión de la salud y seguridad operacional

INDICADOR

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)
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 2025

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 2025

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 2025

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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12



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

Meta 16.1 Reducir significativamente toda forma de violencia

ACCIONES 2025

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 2025

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
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 2025

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)



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12



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

Meta 16.6 Desarrollo de instituciones efectivas, responsables y transparentes

ACCIONES 2025

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 2025

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 2025

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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

LOS ODS Y NUESTRA PROGRAMACIÓN



[illegible]



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

			COBERTURA HORARIA 2025	3 SALUD Y BIENESTAR	4 EDUCACIÓN DE CALIDAD	5 IGUALDAD DE GÉNERO	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	13 ACCIÓN POR EL CLIMA	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS
REDES TEMÁTICAS		SERIES NACIONALES	6070 H									
		SERIES INTERNACIONALES	7044 H									
		SERIES / TELENOVELAS	4564 H									
		CINE	7373 H									
		CARTOONS	6726 H									
		LA CASA DE LOS RETOS	30 H									

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

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

3 Incluye el especial "ADIÓS AL PAPA FRANCISCO"

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

5 Incluye 'Todo es mentira: Summer TEM'

6 Incluye 'El verano en el tiempo de mira'.

7 Incluye 'Calleja al espacio', 'Calleja en el espacio' (T5 y Cuatro) y 'Calleja en el espacio: misión cumplida'

8 Incluye las emisiones del programa en T5 y Cuatro

9 Incluye las diferentes ediciones que se emiten en sobremesa y prime time

10 Incluye las diferentes ediciones que se emiten en sobremesa, prime time y madrugada. Excluye 'El Desmarque Quarterback' y 'El Desmarque Mundial'

11 Incluye 'GENZ AWARDS 2025: ALFOMBRA ROJA'

12 Incluye los diferentes especiales emitidos a lo largo de 2025

13 Incluye 'First Dates: Summer Resort'

14 No incluye: 'Got Talent: All Stars', redifusiones de 'Got Talent', 'Got Talent: Momentazos'

15 Incluye 'Hay una cosa que te quiero decir: Very Best'

La cobertura horaria incluye programas de estreno y redifusiones.

MODELO DE GOBIERNO

MEDIASETespaña.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.

Durante el 2025 la remuneración de los consejeros por el desempeño de sus funciones fue de 4.050 mil euros.

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 2026.
- Establecimiento de objetivos estratégicos para el ejercicio 2026.
- 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.





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

GESTIÓN INTEGRADA DE RIESGOS

Mediaset España 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	COMITÉ DE GESTIÓN DE LA IA
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 de Conducta en la Compañía 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 la compañía, 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.	Depende de la Unidad de Gestión de Riesgos. Tiene el cometido de definir los principios generales que deben regir el desarrollo y uso de la IA, así como analizar los riesgos asociados.
AUDITORÍA INTERNA DE MFE							

MARCO DE CONTROL

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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.

Mediaset España 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 de Conducta, 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.

Mediaset España 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. 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 DE CONDUCTA

- 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, Mediaset España 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 Mediaset España que tenga fundadas sospechas de la existencia de prácticas contrarias a los principios y valores del Código de Conducta o a la ética y la buena fe en los negocios, puede comunicarlas a través del Buzón Ético.



En enero de 2026, 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 DE MEDIASET ESPAÑA 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
- Procedimiento de Adquisición de Derechos
- Política de Adquisición de Bienes y Servicios
- Procedimiento de firma de contratos
- Política en material de operaciones con partes vinculadas
- Comité de adquisiciones y ventas
- Procedimiento de uso y gestión de sistemas de inteligencia artificial
- 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 de Mediaset España)

El Código de Conducta 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 de Conducta 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.

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 al Consejo de Administración, 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 de Conducta (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 55 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 de Conducta 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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 la Compañía.

En 2025, el Buzón Ético recibió 29 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 27 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. Dichas denuncias estaban relacionadas con cuestiones operativas, del ámbito laboral o controversias sobre el contenido emitido. Finalmente, ninguna de las denuncias tuvo en un impacto jurídico y reputacional y fueron cerradas una vez se implementaron medidas correctoras. A 31 de diciembre, 2 denuncias se encuentran en fase de instrucción.

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 Certificación 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 de la Compañía.
- Cláusulas para garantizar un comportamiento empresarial responsable.

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

- Código de Conducta
- 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. 2025 (HORAS)

	H	M	Total
Directivo	104	129	233
Jefe de Departamento	64	78	142
Periodistas	39	9	48
Empleados	846	722	1.568
Operarios	26	7	33
ETT			
Total	1.079	945	2.024



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 de la Compañía. Esta revisión que también se presenta ante el Consejo de Administración de Mediaset España. Semestralmente, la Unidad de Gestión de Riesgos de Mediaset España 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 la Compañía, 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 Mediaset España. 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 18 febrero de 2025, mediante el Real Decreto 102/2025 se adaptó y actualizó la estructura y funcionamiento de la Autoridad Independiente de Protección del Informante (A.A.I.), que tendrá su sede en Madrid. Mediante el Real Decreto 328/2025, el 15 de abril de 2025 se nombró al Presidente. Una vez que se emita la orden que determine la fecha de puesta en funcionamiento de la A.A.I, las empresas deberán comunicar a la A.A.I. en el plazo de 2 meses al Responsable del Sistema Interno de Información (S.I.I.) de la compañía.

El 14 de enero, el Consejo de Ministros aprobó el Anteproyecto de Ley de Coordinación y Gobernanza de la Ciberseguridad para transponer la Directiva (UE) 2022/2555, también conocida como Directiva NIS2, por el que se actualiza el marco español de ciberseguridad para alinearlo con la Directiva e impone una serie de obligaciones nuevas y relevantes a los Responsables de la Seguridad de la Información.

El 25 de marzo, el Consejo de Ministros aprobó el Anteproyecto de Ley Orgánica que transpone la Directiva 2024/1226 de la Unión Europea, relativa a la definición de los delitos y las sanciones por la vulneración de las medidas restrictivas de la Unión, con el objetivo de fortalecer el marco legal para garantizar el cumplimiento de las sanciones internacionales impuestas por la Unión Europea.

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. El convenio colectivo de Mediaset España garantiza 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 Mediaset España 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, Mediaset España 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 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 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, Mediaset España realiza pruebas del correcto funcionamiento de los planes de continuidad de negocio.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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. 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. 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. 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. Por otra parte, Mediaset España participa en el desarrollo de marcos regulatorios relativos a las actividades de negocio, a través del área de Relaciones Institucionales de la compañía y de su pertenencia en asociaciones sectoriales referentes.	NO Modificaciones en la legislación fiscal Desarrollo de la legislación ESG Desarrollo de la legislación de la IA	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
PÉRDIDA DE COBERTURA DE LA TV Y UNA BAJADA DE CONSUMO POR OTRAS PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES	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 MACROECONÓMICO	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, la inestabilidad en Oriente Medio y Venezuela ha provocado mayor tensión geopolítica. En 2025, la inflación y el tipo de interés se mueven en niveles estables. Por último, la política arancelaria internacional impulsada por USA está desestabilizando el comercio internacional y las inversiones.		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 y producción de contenidos exclusivo 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 3. Ingresos por venta de derechos y producciones	RÁPIDO



LIDERAZGO EN EL MERCADO DE TV EN ABIERTO



OFERTA DE CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA



ADECUACIÓN AL MARCO NORMATIVO



ORGANIZACION DE LAS PERSONAS Y MEJORA DE LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS

LENTO (>12 meses)

RÁPIDO (6-12 meses)

MUY RÁPIDO (<6meses)



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 debido a la alta fragmentación. Por tanto, se produce una mayor competencia por adquirir contenidos atractivos para los usuarios y en condiciones económicas interesantes para la compañía. A su vez, las nuevas plataformas de contenidos no se encuentran sometidas, todavía, a las mismas obligaciones y límites respecto de los canales de televisión. 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.		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. 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. La operación de fusión con MFE está originando sinergias en la producción de contenido, tecnología y recursos que está reforzando la posición competitiva de la Compañía en el sector audiovisual.	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. Adicionalmente, la Compañía se encuentra inmersa en un proceso de evolución para obtener las sinergias comentadas anteriormente.	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
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. El consumo de televisión en abierto tradicional continua en un paulatino descenso.		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. 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.	Sí	En 2025, Mediaset España sigue siendo uno de los líderes, dentro del sector audiovisual, en target comercial y rentabilidad, con un margen más ajustado. 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, como Mediaset Infinity 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
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. 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.	NO	Mediaset España dispone de herramientas que monitorizan en internet, especialmente en redes sociales, y medios de comunicación, las marcas propiedad de la Compañía, con el objetivo de detectar cualquier noticia o tendencia que pudiera dañar su imagen y anticiparse en la toma de decisiones preventivas. Por otro lado, Mediaset España y las productoras que crean contenido en directo para cualquier de los canales de la Compañía siguen un protocolo de vigilancia que permite gestionar y anticiparse a cualquier eventualidad que pudiera derivar en un daño reputacional.	Nº de incidentes producidos que afectan a la reputación de Mediaset España.	MUY RÁPIDO



LIDERAZGO EN EL MERCADO DE TV EN ABIERTO



OFERTA DE CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA



ADECUACIÓN AL MARCO NORMATIVO



ORGANIZACION DE LAS PERSONAS Y MEJORA DE LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS

LENTO (>12 meses)

RÁPIDO (6-12 meses)

MUY RÁPIDO (<6 meses)



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 2025.	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 2025 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 está aportando oportunidades de mejoras tecnológicas, como el lanzamiento de la plataforma conjunta Infinity.	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 la seguridad 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 uso no autorizado de contenido.	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 2025 no se han recibido incidentes de seguridad de carácter material	Mediaset España realiza un seguimiento continuo sobre las nuevas amenazas que van apareciendo y actualiza el mapa de riesgos cibernéticos cada dos años.	Número de incidentes producidos por este riesgo.	MUY RÁPIDO



LIDERAZGO EN EL MERCADO DE TV EN ABIERTO



OFERTA DE CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA



ADECUACIÓN AL MARCO NORMATIVO



ORGANIZACIÓN DE LAS PERSONAS Y MEJORA DE LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS

LENTO (>12 meses)

RÁPIDO (6-12 meses)

MUY RÁPIDO (<6meses)



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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. La resiliencia de este modelo se puso de manifiesto en la gestión de la emisión el día del apagón eléctrico.	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 de Conducta 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 "Impulsa") 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 2025 se ha materializó algún "cisne negro", como el famoso apagón eléctrico, en el que se demostró que 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.



LIDERAZGO EN EL MERCADO DE TV EN ABIERTO



OFERTA DE CONTENIDOS MULTIPLATAFORMA



ADECUACIÓN AL MARCO NORMATIVO



ORGANIZACION DE LAS PERSONAS Y MEJORA DE LOS PROCESOS ORGANIZATIVOS



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 2025 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 2025.

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 de Conducta, 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 CAPITAL

- 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 de Conducta 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 2025 no se ha iniciado ningún procedimiento contra Mediaset España por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia. Durante 2025 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 de Conducta, 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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 el 2025 se refuerza su posicionamiento como grupo publicitario de referencia en Europa gracias a la automatización de sus soluciones, el uso avanzado del dato y el desarrollo de propuestas publicitarias cross country.
- Esta evolución mejora la eficiencia operativa y el impacto de las campañas, permitiendo a los anunciantes activar estrategias más coherentes y escalables.
- La interoperabilidad a través de acuerdos de datos y la aplicación de Inteligencia Artificial en todas las fases del desarrollo publicitario aportan una segmentación más precisa, optimización en tiempo real y mejores resultados, consolidando a Media For Europe como un referente en innovación publicitaria en televisión.

NUEVAS LINEAS DE PRODUCTOS DE DATOS

- La estrategia de Media For Europe Advertising y la innovación continua del departamento de Marketing han impulsado en 2025 el desarrollo de nuevas líneas de productos basadas en el dato:
 - Colaboración de dato con agencias: Activación del dato de agencias y clientes en entornos CTV para alcanzar audiencias estratégicas.
 - Soluciones de data cross country: Propuestas de activación y análisis de datos integradas a nivel internacional junto a MFE Advertising.
- Integración del dato en nuevos formatos: Uso del dato en Audio (iVoxx) y DOOH (iWALL)
- dentro de estrategias omnicanal.
 - Segmentos de atención publicitaria: Desarrollo de segmentos basados en métricas de atención y calidad del impacto.
 - Nuevos formatos de vídeo y activación social: Extensión del dato propio a redes sociales de vídeo y nuevos formatos en CTV.

PLANIFICACIÓN DE ECOSISTEMA SIN COOKIES DE TERCEROS EN EL FUTURO

El ecosistema publicitario avanza hacia un modelo con menos dependencia de las cookies de terceros. Aunque algunos navegadores ya las bloquean (Safari, Firefox), Chrome (Google) mantiene su uso condicionado al consentimiento del usuario, configurando un escenario híbrido.

El mercado está adoptando soluciones más orientadas a la privacidad: datos de primera parte, segmentación contextual y nuevos métodos de medición.



El Reglamento (UE) 2024/1689, que establece normas armonizadas en materia de inteligencia artificial, entró en vigor el 1 de agosto de 2024, y ha comenzado a aplicarse parcialmente a partir de febrero de 2025, en la parte que concierne al uso de los sistemas de IA prohibidos, y así lo seguirá haciendo hasta el 2 de agosto de 2026, que será de aplicación plena. Por lo anterior y debido al auge de las herramientas que utilizan inteligencia artificial, el grupo está trabajando en el modelo de gobernanza, poniendo especial atención al tratamiento que dichas herramientas hacen 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 DE CONDUCTA

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)
● Responsables de los diferentes tratamiento definidos en el Grupo

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

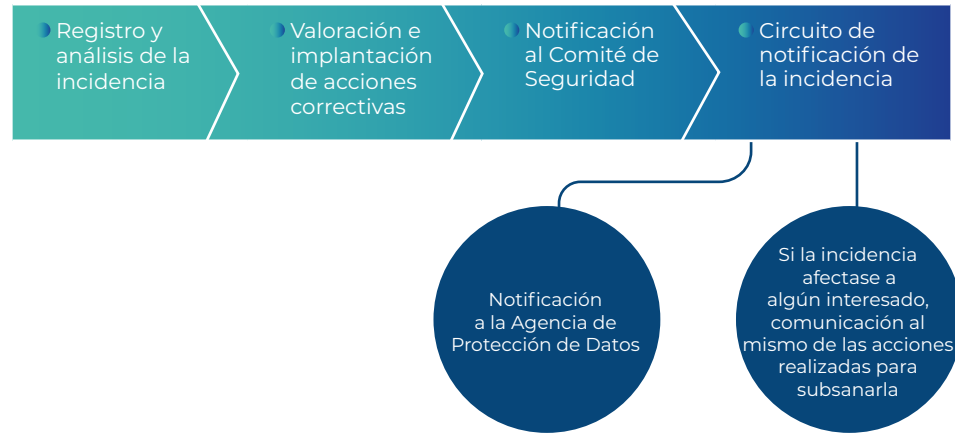
9

10

11

12

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE INCIDENCIAS EN DATOS DE CARÁCTER PERSONAL



NOVEDADES 2025

Durante 2025 hemos visto un incremento de iniciativas, dentro del Grupo Mediaset España, que conllevan el uso de tecnología IA y que han sido analizadas desde diferentes puntos de vistas (tratamiento de datos, seguridad, propiedad intelectual, etc.).

También hemos conocido que la Comisión Europea prepara un paquete llamado “Digital Omnibus” que contempla modificaciones al RGPD, la directiva de comunicaciones electrónicas (ePrivacy), y otros marcos de datos. Tendremos que estar atentos a estos cambios para analizar como impacta al modelo de gobernanza que tenemos implementado.

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 continua 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 2025 se han recibido y gestionado 606 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 2025 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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.

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.

MARCO NORMATIVO Y GUÍAS DE ACTUACIÓN

● ISO 27001 y 27002 (no certificado)	● ISO 29134	● Notificación al Comité de Seguridad
● Cybersecurity 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

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

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	



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 parcheo.	● 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 de 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 otras modalidades de ataques de ingeniería social, como 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

- Revisión del Plan de Contingencia y de Planes de Pruebas
- Procesos de respaldo basados en sistemas 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.





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

DERECHOS HUMANOS

Mediaset España garantiza la no existencia de trabajo forzoso mediante la aplicación del Código de Conducta, 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 atañen 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 un 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.

En 2025 se recibieron en el buzón ético 4 denuncias en materia de vulneración de derechos y acoso. Dos de ellas fueron cerradas y archivadas y otras dos se encontraban a cierre de ejercicio en fase de investigación.

VALOR DEL EQUIPO HUMANO

MEDIASETespaña.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 de Conducta corporativo y en defensa de la declaración universal de los derechos humanos.

MARCO DE CONTROL

● Código de Conducta	● 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

1.000

100% ESPAÑA

MADRID

1.000

100%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA A TIEMPO PARCIAL

		
Directivos	43	22
Jefe dpto	30	37
Periodistas	52	63
Empleados	386	306
Operarios	9	2
TOTAL	520	430

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDAD

		
<30	28	19
30-50	151	167
>50	351	284
TOTAL	530	470

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO

		
Directivo	43	22
Jefe Dpto.	30	38
Periodistas	55	73
Empleados	393	335
Operarios	9	2
Total	530	470

PLANTILLA CON REDUCCIÓN DE JORNADA

		
	49	9
TOTAL: 58		

COLABORADORES EXTERNOS (1)

		
Becarios	28	69
Estudiantes en prácticas	46	36
Trabajadores por ETT	79	62
Total	153	167

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO

INDEFINIDO		
	467	527
TEMPORAL		
	3	3

DIRECTIVAS

33,85%

MUJERES EN PUESTOS DE ALTA DIRECCIÓN

16,67%

MUJERES EN PUESTOS DE DIRECCIÓN JUNIOR

37,74%

(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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

GESTIÓN DEL TALENTO

EMPLEADOS FORMADOS

950

HORAS TOTALES DE FORMACIÓN

9.990

INVERSIÓN EN BECAS DE ESTUDIO

30.923€

INVERSIÓN EN FORMACIÓN

85.536€

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 del 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 a través de un Plan de formación anual 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

- VI edición del Ciclo Formativo de Grado Superior Dual en Realización de Proyectos audiovisuales y espectáculos
- XV 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 2025 ha tenido como objetivos prioritarios impulsar la digitalización tecnológica de la compañía; la actualización de conocimientos técnicos; la especialización y normativa.

En 2025 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 2025 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 320 alumnos. Gracias al programa interno de becados ya han realizado el máster 50 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 2025 han participado 309 alumnos de Universidad e Institutos de Formación profesional, el 50% de los cuales han sido contratados a través de Empresas de Trabajo Temporal (ETT).

En 2025 se ha llevado a cabo el último curso del 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

	2025			2024		
	H	M	Total	H	M	Total
Directivo	531	658	1.189	551	402	953
Jefe Dpto.	300	634	934	159	379	538
Periodistas	148	152	300	199	210	409
Empleados	3.754	3.571	7.325	3.487	2.038	5.525
Operarios	70	35	105	92	38	130
ETT	100	37	137			
Total	4.903	5.087	9.990	4.488	3.067	7.555



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

IGUALDAD

La igualdad de oportunidades, la no discriminación y la prevención del acoso laboral se encuentran recogidos en el Código de Conducta 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 de Conducta 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 60 trabajadoras de diferentes sociedades, en 2025 han participado 2 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 2025 no se han producido incidentes por discriminación. Se recibieron 4 denuncias a través del Buzón Ético, que planteaban la posible existencia de acoso en el entorno laboral, situaciones que fueron investigadas, una descartándose la existencia de acoso, proponiéndose medidas de actuación tendientes a resolver el conflicto, otra pendiente de resolución a cierre de ejercicio y confirmándose conducta de acoso laboral en un caso del que se recibieron dos denuncias frente a una misma persona denunciada, adoptándose medida disciplinaria de extinción del contrato.

TOLERANCIA CERO AL ACOSO LABORAL

CÓDIGO DE CONDUCTA

**GESTIÓN DE LOS RIESGOS
PSICOSOCIALES Y
SITUACIONES DE ACOSO
EN EL ENTORNO LABORAL**

CANALES A DISPOSICIÓN DE LOS TRABAJADORES PARA DENUNCIAR CASOS DE ACOSO

● Buzón Ético



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 2025:



Seguro de invalidez y fallecimiento
Toda la plantilla del Grupo.



Complemento incapacidad temporal
299 personas.



Complemento maternidad
1 persona.



Semana adicional de permiso maternal
3 personas.



Lactancia acumulada
10 personas.



Flexibilidad horaria diaria (Mediaset España)
279 personas.



Anticipos especiales
3 personas.



Club del empleado/a
Toda la plantilla del Grupo.



Reserva aparcamiento embarazadas
2 personas.
motivos médicos
3 personas.



Excedencias por cuidado de hijo o familiares
4 personas.



Reducciones por guarda legal vigentes
48 personas.



Otras reducciones de jornada vigentes
10 personas.



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

139.991 comidas personal



Cesta de navidad
1.003 cestas entregadas.



Reparto de juguetes (Navidad)

Se repartieron **331** 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

68 personas se han beneficiado de un seguro médico personal abonado por la empresa. Se han abonado además **136** seguros médicos para cónyuge e hijos (hasta 25 años).



Gratificación excepcional

6 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)

9 personas.



Teletrabajo

Aplicable al 31,5% 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 2025 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

93%
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
16 ASISTENTES	94 ASISTENTES	16 ASISTENTES	27 ASISTENTES
112 HORAS	94 HORAS	64 HORAS	54 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 2025 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 2025 se han investigado 2 incidentes y 15 accidentes relacionados con la actividad laboral, de los cuales 3 se produjeron en personal propio, 2 en personas del público y 10 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 renovar la certificación ISO 45.001 hasta 2028, correspondiente a su centro de trabajo de Fuencarral, donde desarrolla su actividad el 94% de la plantilla total del Grupo. 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 2025, 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 2025 se realizaron 14 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 2025

CAMPAÑA DE DETECCIÓN PRECOZ DEL MELANOMA 220 PERSONAS	CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE 53 PERSONAS DONANTES	CAMPAÑA DE VACUNACIÓN ANTIGRIPIAL 178 PERSONAS VACUNADAS
RECONOCIMIENTOS MÉDICOS, TANTO INICIALES COMO PERIÓDICOS Y DE PERSONAL ESPECIALMENTE SENSIBLE 533 PERSONAS	CAMPAÑA DE DETECCIÓN PRECOZ DEL GLAUCOMA 273 PERSONAS	CAMPAÑA DE NUTRICIÓN-CONTROL DE PESO 370 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	
2025	0	1	6	5	215	173	4	8	6.118	5.464	5.467	5.190
	1		11		388		12		11.582		10.657	
2024	1	2	6	5	222	229	1	0	9.004	10.092	7.889	8.413
	3		11		451		1		19.096		16.302	

(1) Incluye datos correspondientes a ALCB, ALII, EC, ANL y también bajas por maternidad/paternidad.
Nota: En 2025 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
0 H; 1,12 M 2024: 1 H; 2,27 M	0 H; 2,01 M 2024: 1,81 H; 4,08 M	0 H; 0 M 2024: 0 H; 0,02 M	0 H; 0 M 2024: 0 H; 0 M	6,61 H; 7,46 M 2024: 7,63 H; 8,66 M

SINIESTRALIDAD LABORAL POR GÉNERO

	I. FRECUENCIA		I. GRAVEDAD		I. INCIDENCIA	
2025	0	1,12	0	0	0	2,01
2024	1	2,27	0	0,02	1,81	4,08

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 2º Curso de Sostenibilidad para la División de Tecnologías y Operaciones de ambas sedes, impartido durante 2025.

Consciente de la importancia de la acción climática, en 2025 Mediaset España desarrolló un Plan de Reducción de emisiones para los alcances 1+2, que considera un objetivo de reducción de 5,44% de sus emisiones hasta 2030. Para lograrlo, se han definido medidas de reducción para las diferentes fuentes de emisión, con responsables de su implantación y seguimiento, y la estimación del ahorro alcanzado con cada una.

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 2025 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
----------------------------------	--	--

FORMACIÓN EN MATERIA DE SOSTENIBILIDAD POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO			
	HORAS 2025		
	H	M	Total
Directivo	48	38	86
Jefe de Departamento	94	108	202
Periodistas	76	82	158
Empleados	1.232	952	2.184
Operarios	32	8	40
ETT	6	0	6
Total	1.488	1.188	2.676



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 2025 se renovaron luminarias, aparatos de iluminación por otros más eficientes, láminas de paneles solares, láminas de protección solar y equipos de climatización. En conjunto, las inversiones realizadas para mejorar la eficiencia energética de la compañía, desde el punto de vista del equipamiento y las instalaciones, han supuesto un ahorro energético estimado de 1.251 GJ y un coste de más de 350.000€.

INTENSIDAD ENERGÉTICA

2,40

GJ/ HR GRABACIÓN

49.630 GJ (consumo eléctrico)
20.654 hr. grabación en estudios





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 2025 se continuó con el proyecto de 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 2025

32.500

CO₂ EVITADO 2025 (KG)

100

En 2025 Mediaset España ha contribuido con proyectos eólicos que abarcan 9 aldeas del distrito de Satara, en el estado de Maharashtra, India. Tradicionalmente, esta zona ha dependido de la electricidad producida a partir de combustibles fósiles. El proyecto desempeña un papel fundamental en la transición de la India hacia una economía baja en carbono mediante la generación de electricidad a partir de aerogeneradores. La energía producida se suministra posteriormente a la red eléctrica estatal, contribuyendo a sustituir la cuota del carbón en el mix energético del país.

BENEFICIOS MEDIOAMBIENTALES

- Reducción de 3.642.170 tCO₂e a lo largo de la vida útil del proyecto (10 años).
- Protección de la biodiversidad local como resultado de la reducción de emisiones GEI.
- Mejora de la calidad del aire con la disminución de la extracción de carbón.

BENEFICIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS

- Desarrollo de la infraestructura regional, incluyendo transportes y construcción de nuevas carreteras.
- Generación de empleo, desarrollando la economía local.
- Mejora de los medios de subsistencia de las familias empleadas en los proyectos.





En el 2025 Mediaset España nuevamente calculó la huella de carbono de los Informativos, 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 reporta anualmente sus emisiones de gases de efecto invernadero, verificadas por auditor externo independiente .

ALCANCE 1: EMISIONES DIRECTAS

EQUIPOS PROPIOS O CONTROLADOS ¹	FLOTA DE VEHÍCULOS ²	CLIMATIZACIÓN Y RECARGAS GASES REFRIGERANTES ³	MARKET BASED ⁴
232,17 2024: 276,50	37,63 2024:45,22	284,69 2024: 282,17	0 2024: 0
TOTAL: 554,49 2024: 603,89			TOTAL: 0 2024: 0

(1) Factores de emisión utilizados: DEFRA Conversion Factors 2025

(2) Factores de emisión utilizados: DEFRA Conversion Factors 2025

(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	VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE FERROVIARIO	VIAJES DE NEGOCIO TRANSPORTE TERRESTRE	DESPLAZAMIENTOS DE PLANTILLA IN-ITINERE	VIAJES DE NEGOCIO ESTANCIA EN HOTELES	OTRAS EMISIONES UPSTREAM ²	EMISIONES DOWNSTREAM ³
187,23 2024: 487,02	5,36 2024: 14,41	146,56 2024: 142,53	1.125,46 2024: 768,69	26,01 2024: 17,29	20.857,31 2024: 23.307,69	31.052,30 2024: 32.286,56
TOTAL: 53.400,23 2024: 57.024,19						

(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: 53.954,72 2024: 57.628,08

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

1,03



53.954,72Tn emisiones CO₂e
52.439 HR programación en 2025



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.

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.

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.

RECURSOS CONSUMIDOS

AGUA (M³) 11.149 2024: 10.751	ELECTRICIDAD (GJ) 30.274 2024: 29.623	PILAS/BATERÍAS (KG) 174 2024: 199	GASES REFRIGERANTES (KG) 166 2024: 173
GASÓLEO (GJ) 35 2024: 34	GAS NATURAL (GJ) 3.836 2024: 4.226	PAPEL (KG) 6.458 2024: 5.210	TÓNERS (KG) 136 2024: 158

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 2025 se renovaron los programadores de riego y se realizaron trabajos para la ampliación del alcance del proyecto de sectorización del agua.



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 GENERADOS

RESIDUOS BIOSANITARIOS (KG) ⚠️ 9 2024: 14	APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS (KG) ⚠️ 5.376 2024: 8.937	PILAS/BATERÍAS (KG) ⚠️ 174 2024: 328	TINTAS, DISOLVENTES Y PINTURAS (KG) ⚠️ 485 2024: 240
PAPEL (KG) ☁️ 14.185 2024: 12.971	VIDRIOS (KG) ☁️ 768 2024: 1.252	EQUIPOS IT (KG) ☁️ 1.869 2024: N/A	RESIDUOS VOLUMINOSOS (KG) ☁️ 10.638 2024: 15.048
RESIDUOS SÓLIDOS URBANOS - RSU (TN) ☁️ 57 2024: 67	CÁPSULAS DE CAFÉ (KG) ☁️ 878 2024: 162	ACEITE DE COCINA (KG) ⚠️ 305 2024: 90	AIRES ACONDICIONADOS DOMÉSTICOS (KG) ⚠️ 190 2024: N/A
EQUIPOS IT PELIGROSOS (KG) ⚠️ 1.131 2024: N/A	ACEITES MINERALES (KG) ⚠️ 30 2024: N/A	PILAS ALCALINAS (KG) ⚠️ 82 2024: N/A	DISCOS Y CINTAS (KG) ☁️ 1.505 2024: 2.324
⚠️: RESIDUOS PELIGROSOS ☁️: RESIDUOS NO PELIGROSOS			



SOSTENIBILIDAD DE LAS PRODUCCIONES

MEDIO AMBIENTE

Todo es Mentira

- Opiniones de Fernando Valladares (CSIC) sobre la ola de calor, el negacionismo climático y el impacto de los pellets en playas.
- Presencia y testimonios de bomberos forestales y brigadistas, que explican su trabajo y experiencias en la lucha contra incendios.
- Paco Castañares, presidente de la Asociación Extremeña de Empresas Forestales, explica el concepto de incendio de sexta generación.

Callejeros Cuatro

En el Programa Callejeros “Dana, un año después” se abordaron los efectos de la DANA ocurrida en Valencia un año después, uno de los mayores desastres naturales de la historia de España.

Vamos a Ver

El programa informó ampliamente sobre fenómenos meteorológicos extremos y medio ambiente, incluyendo:

- Inundaciones en Cartagena y otras localidades.
- Incendios forestales en Ourense, Pontevedra, León, Extremadura, Galicia, Cádiz, Madrid y Córdoba.
- Concienciación ambiental y reciclaje, a través de campañas como “12 meses 12 causas”.

En Boca de Todos

Se trataron desastres naturales en España, incluyendo inundaciones en Tarragona, Baleares, Comunidad Valenciana y Aragón, así como los incendios forestales que afectaron varios puntos del país durante el verano.

El Programa de Ana Rosa

El programa informó sobre fenómenos naturales, incluidos incendios forestales, inundaciones y temporales que causaron daños, así como alertas por bajas temperaturas y nieve en cotas bajas.

La Mirada Crítica

- Incendios forestales en Castilla y León, Extremadura y Galicia, con cobertura in situ y entrevistas a bomberos, expertos y autoridades.
- Temporal de lluvias y borrascas (Alice, Claudia, Francis), con análisis de meteorólogos y AEMET.
- Problemas medioambientales costeros, como la proliferación de algas en Cádiz, con expertos en ecología.

El Tiempo Justo

Inundaciones y temporales: fuertes lluvias y DANA en Ibiza, Cullera, Gandía y Murcia; alerta roja por la borrasca Alice en Valencia; daños por el temporal en Málaga y Ribera Alta.

Eventos de sostenibilidad: entrega de los premios “Los Océanos” en Madrid, centrados en cocina sostenible.





1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

Fiesta

Incendios de agosto, con entrevistas a expertos como Javier García Rodríguez (UGT) y Ramón Campos.
Especial sobre la DANA e inundaciones, mostrando su impacto y consecuencias.
Seguimiento semanal de la previsión meteorológica, incluyendo borrascas e inundaciones.

Los Gipsy Kings

El reality mostró momentos de las familias Jiménez y Salazar en distintos entornos naturales (Plasencia, Parque de la Isla, Parque Lineal del Manzanares), destacando la preservación del medio ambiente a través del uso mínimo de plásticos, el empleo de materiales biodegradables y la limpieza de los espacios tras cada grabación. A través del humor, se enfatizó la importancia de cuidar y mantener limpios los espacios naturales.

Web informativos Telecinco

- Así cambiará nuestra forma de ir al trabajo con la nueva Ley de Movilidad Sostenible: más bicicleta y coche compartido
https://www.telecinco.es/noticias/economia/empleo/20251015/ley-movilidad-sostenible-cambiara-forma-ir-trabajo-bicicleta-coche-compartido_18_016857800.html
- Los océanos están cambiando de color: "Esto va a suponer cambios fundamentales para la vida marina"
https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20250928/por-que-oceanos-estan-cambiando-color_18_016627338.html
- Las energías renovables serán la principal fuente de energía global en 2026
https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20250924/energias-renovables-principal-fuente-energia-global-2026_18_016623177.html
- Isabel Moreno, física: "Pensamos que reciclando estamos haciendo mucho, pero dejamos huellas más grandes"
https://www.telecinco.es/noticias/sociedad/20250605/isabel-moreno-experta-cambio-climatico-error-pensar-reciclar-suficiente_18_015772176.html
- David fabrica muebles con cascarilla de arroz igual de resistentes que los de madera: "Es un material completamente sostenible"
https://www.telecinco.es/noticias/galicia/20250727/david-fabrica-muebles-cascarilla-arroz-resistentes-madera_18_016214633.html

UPPERS

- Conducir con marchas largas: mitos y verdades para usarlas bien sin dañar el coche y ahorrar combustible
https://www.telecinco.es/noticias/motor/20251102/conducir-marchas-largas-mitos-verdades-ahorrar-combustible-upp3rs_18_016704844.html
- Qué pasa si tienes un coche Eco, pero circulas sin distintivo ambiental en las zonas ZBE
https://www.telecinco.es/noticias/motor/20251031/que-pasa-coche-eco-sin-distintivo-zbe-upp3rs_18_016640035.html
- ¿Cuánto tiempo de vida tiene una bicicleta eléctrica?
https://www.telecinco.es/noticias/motor/20250128/cuanto-tiempo-vida-tiene-bicicleta-electrica_18_014450276.html
- Las ciudades españolas que serán inhabitables en 2050, según la NASA
https://www.telecinco.es/noticias/ciencia-y-tecnologia/20240708/ciudades-espanolas-inhabitables-2050-nasa_18_012965010.html



CADENA DE VALOR

MEDIASETespaña.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

La gestión responsable de la cadena de suministro constituye uno de los pilares de la estrategia ESG del Grupo MFE y Mediaset España.

En 2025, el proyecto «Compras responsables» se consolidó y reforzó aún más, convirtiéndose en una iniciativa estructural en apoyo de una cadena de suministro más sostenible, resiliente y transparente.

A lo largo del año, continuó la progresiva ampliación del alcance de los proveedores implicados, hasta alcanzar un total de 580 proveedores, frente a los 430 iniciales (+35 %); dentro de este ámbito, los proveedores españoles aumentaron hasta 140, frente a los 118 de 2024 (+19 %); la ampliación del proyecto permite ahora una cobertura más representativa de la cadena de suministro del Grupo y un enfoque reforzado de la gestión de los riesgos y oportunidades ESG.

El Grupo MFE y Mediaset España sigue utilizando la plataforma Open es como herramienta de referencia para la recopilación, actualización y análisis estructurado de la información ESG de los proveedores («Tarjeta de identidad ESG»).

En 2025, la calificación de Open es se integró con la calificación estadística de MSCI, lo que permitió obtener una calificación ESG para toda la base de proveedores registrados en el directorio, incluidos aquellos que aún no participan plenamente en el proceso de autoevaluación; esta integración refuerza significativamente la capacidad del Grupo MFE y Mediaset España para supervisar de manera uniforme el perfil de riesgo ESG en toda la cadena de suministro.

En 2025, continuó la integración gradual de los criterios ESG en los procesos de adquisición, que ahora se consideran un requisito adicional en la selección y calificación de los proveedores (plenamente implementado en Italia, con planes de extensión a España).

Al mismo tiempo, se sentaron las bases para una exploración específica de cuestiones sociales, prestando especial atención a los derechos humanos y la salud y la seguridad en el trabajo a lo largo de toda la cadena de suministro, en consonancia con la evolución normativa y las mejores prácticas del mercado.

En general, 2025 marca la transición de una fase inicial a una fase de consolidación y madurez del proyecto, lo que confirma el compromiso del Grupo MFE y Mediaset España con la gestión responsable de la cadena de suministro y la creación de valor sostenible a medio y largo plazo.

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.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

ESPAÑA 91,3%	REINO UNIDO E IRLANDA 6,1%	EE.UU. 1%	ITALIA 1,1%	TURQUÍA 0,2%
BÉLGICA 0,1%	FRANCIA 0,1%	MÉXICO 0,1%	AUSTRIA 0,1%	ALEMANIA 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 2025 ha habido una resolución con sanción por importe de 25.621 euros contra Mediaset por la emisión de determinadas imágenes en un informativo. Más allá de este caso, no ha habido otros 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 2025 algún producto o programa se hubiese encontrado en litigio y existieran motivos fundados, la compañía ha 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 2025, ha habido una única resolución con sanción por importe de 212.218 euros contra Mediaset por un supuesto incumplimiento de la normativa publicitaria.



TRANSPARENCIA FISCAL

MEDIASETespaña.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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)

	2025	2024
Beneficios antes de impuestos	40.501.000	79.120.505
Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	729.575	729.575
Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)	274.306	278.178
Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	59.117	61.123
IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario	-	-
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	35.635.372	43.791.793
I.G.I.C (Canarias)-I.P.S.I (Ceuta y Melilla)	-	-
Impuesto sobre la Renta de No Residentes	356.553	1.071.346
IRPF Rendimientos Procedentes de Arrendamientos	5.240	2.470
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	23.724.984	23.774.604
Impuesto sobre Sociedades	1.737.748	-
Pagos a cuenta Impuesto sobre Sociedades	7.682.801	24.153.279
Tasa Residuos Sólidos Urbanos	54.839	42.737
Tasa Entrada Vehículos (Vados)	11.709	11.709
Aportación Financiación RTVE	15.829.371	17.629.535
Impuesto sobre determinados servicios digitales	-	-
Otros	-	-
TOTAL	86.101.577	111.546.348

IMPUESTOS SOPORTADOS¹
(MILES DE EUROS)**18.696**
22%IMPUESTOS RECAUDADOS²
(MILES DE EUROS)**67.404**
78%CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS E
IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (MILES DE EUROS)

	2025	2024
Resultado Consolidado antes de Impuestos	40.501	79.120
Compensación bases impositivas negativas	(3.483)	-
Diferencias permanentes	(77.401)	(56.976)
Diferencias temporarias	29.933	9.698
Base imponible (resultado fiscal)	(3.483)	31.482
Impuesto sobre Sociedades (miles €)	(9.810)	(853)
Base imponible	75.181	125.262
Cuota íntegra (25%)	18.795	31.315
Compensación bases impositivas negativas	-	-
Deducciones y bonificaciones	(7.517)	(12.526)
Retenciones	(9.407)	(25.803)
Impuesto sobre Sociedades	1.871	(7.014)

SUBVENCIONES RECIBIDAS
(MILES DE EUROS)**49,63**AYUDAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS¹**0**AYUDAS RECIBIDAS DE FUENTES NO
GUBERNAMENTALESEXENCIÓN FISCAL SOBRE DIVIDENDOS
(MILES DE EUROS)**75.155**EXENCIÓN EN BENEFICIOS POR VENTA
DE SOCIEDADES (MILES DE EUROS)**285,94**

DONACIONES (MILES DE EUROS)

55

(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

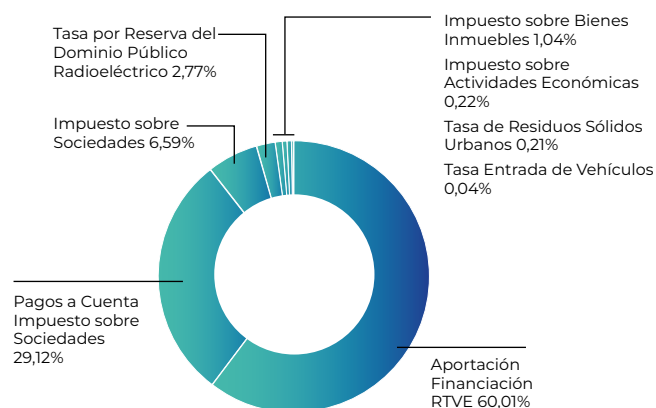
10

11

12

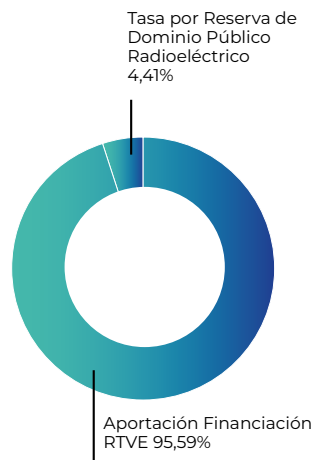
IMPUESTOS SOPORTADOS

Los impuestos soportados en 2025 ascendieron a más de 26 millones de euros, donde el 65,9 % correspondió al Impuesto sobre Sociedades y más del 60% a la Aportación a la Financiación de Radio y Televisión Española (RTVE).



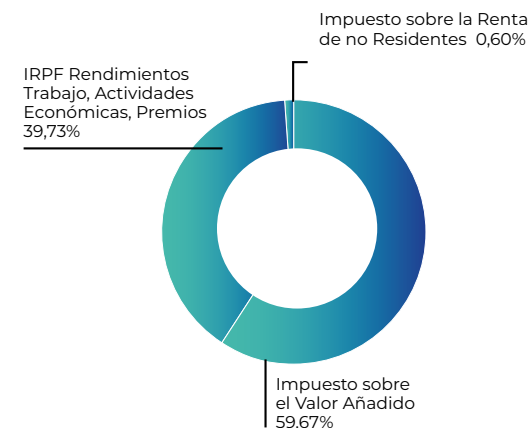
IMPUESTOS/TASAS ESPECÍFICAS DE LA ACTIVIDAD DE NEGOCIO

Las tasas o impuestos de actividades específicas soportadas en 2025 superaron los 16 millones de euros, donde más del 95% correspondió a la aportación a la financiación de RTVE.



IMPUESTOS RECAUDADOS

Los impuestos recaudados durante el ejercicio 2025 superaron los 59 millones de euros, donde más del 59% de la contribución tributaria correspondió al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y más del 39% 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 2025

El 15% de la cifra de negocio se destinó al pago de impuestos, de los cuales 5% correspondió a los impuestos soportados y 11% a impuestos recaudados.

RATIO DE CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA TOTAL 2025

El ratio de Contribución Tributaria Total ascendió al 65%. Es decir, del total de beneficio consolidado antes de impuestos, los impuestos soportados representaron el 65%.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

MEDIASETespaña.



PLANTILLA

Desglose de la plantilla por país y provincia

	a 31/12/2025		a 31/12/2024	
	Nº Empleados	% del Total	Nº Empleados	% del Total
Madrid	1.000	100%	1.014	100%
Total España	1.000	100%	1.014	100%

Número de empleados por categoría profesional, género y edad

	a 31/12/2025						a 31/12/2024					
	H			M			H			M		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivo	8	35		7	15		8	36		7	14	
Jefe de Dpto.	6	24		9	29		7	23		11	29	
Periodistas	2	26	27	1	31	41	1	29	25		39	40
Empleados	26	107	260	18	118	199	22	117	261	13	132	189
Operarios	4	5		2			5	4			2	
Total	28	151	351	19	167	284	23	166	349	13	192	271

Personal con discapacidad a cierre del ejercicio

	a 31/12/2025			a 31/12/2024		
	H		M	H		M
Directivo						
Jefe de Dpto.		1				
Periodistas				1		
Empleados	4		4	4		4
Operarios						
Total	5		4	5		4

*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 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	43	22			44	21		
Jefe de Dpto.	30	38			30	40		
Periodistas	55	73			55	79		
Empleados	390	332	3	3	396	328	4	6
Operarios	9	2			9	2		
Total	527	467	3	3	534	470	4	6

	a 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	28	19			22	13	1	
30-50	150	165	1	2	165	187	1	4
>50	349	283	2	1	347	270	2	2
Total	527	467	3	3	534	470	4	6

Tipo de jornada por categoría profesional, género y edad

	a 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	43	22			44	21		
Jefe de Dpto.	30	37		1	30	39		1
Periodistas	52	63	3	10	53	65	2	14
Empleados	386	306	7	29	391	298	9	36
Operarios	9	2			9	2		
Total	520	430	10	40	527	425	11	51

	a 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	28	19			23	13		
30-50	146	141	5	26	161	157	5	35
>50	346	270	5	14	343	255	6	16
Total	520	430	10	40	527	425	11	51



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

	a 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	44,25	21,83			45,50	21,42		
Jefe de Dpto.	30,25	39,42			30,42	39,17		
Periodistas	55,00	75,42			54,92	77,08		
Empleados	392,00	330,17	5,50	3,83	396,75	327,92	4,92	5,33
Operarios	9,00	2,00			9,00	2,00		
Total	530,50	468,83	5,50	3,83	536,58	467,58	4,92	5,33

	a 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	25,17	15,75	0,67		18,75	12,75	0,33	
30-50	157,00	177,67	1,42	2,92	170	194,00	2,00	5,00
>50	348,33	275,42	3,42	0,92	347,83	260,83	2,58	0,33
Total	530,50	468,83	5,50	3,83	536,58	467,58	4,92	5,33

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

	a 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	44,25	21,83			45,50	21,42		
Jefe de Dpto.	30,25	38,42		1,00	30,42	37,33		1,83
Periodistas	52,67	64,42	2,33	11,00	52,92	62,00	2,00	15,08
Empleados	390,17	301,42	7,33	32,58	393,50	292,08	8,17	41,17
Operarios	9,00	2,00			7,75	2,00	1,25	
Total	526,34	428,09	9,66	44,58	530,08	414,83	11,42	58,08

	a 31/12/2025				a 31/12/2024			
	Tiempo completo		Tiempo parcial		Tiempo completo		Tiempo parcial	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30	25,83	15,75			19,08	12,75		
30-50	153,75	149,92	4,67	30,67	165,33	160,08	6,67	38,92
>50	346,75	262,42	5,00	13,92	345,67	242,00	4,75	19,17
Total	526,33	428,09	9,67	44,59	530,08	414,83	11,42	58,08

Despidos por categoría profesional, género y edad

	2025											
	Directivos		Jefe Dpto.		Periodistas		Empleados		Operarios		Totales	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
<30												
30-50	1											
>50	1	1			1	1	1	1			5	4
Total	2	1			1	1	1	1			5	4

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



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

a 31/12/2025													
	Directivos		Jefe dpto.		Periodistas		Empleados		Operarios		Totales		T
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
Personal de estructura	43	22	30	38	55	73	389	331	9	2	526	466	1.000
Total	43	22	30	38	55	73	389	331	9	2	526	466	1.000
Personal coyuntural							4	4			4	4	8
Total							4	4			4	4	8

a 31/12/2024													
	Directivos		Jefe dpto.		Periodistas		Empleados		Operarios		Totales		T
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	
Personal de estructura	44	21	30	40	55	79	396	327	9	2	534	469	1.003
Total	44	21	30	40	55	79	396	327	9	2	534	469	1.003
Personal coyuntural							4	7			4	7	11
Total							4	7			4	7	11

*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.

	2025	2024
Plantilla media ⁽¹⁾	1.003,83	1.012,08
Plantilla al final del periodo ⁽²⁾	1.000	1.014
Promedio de edad de la plantilla (años) ⁽³⁾	51,37	51,14
Proporción de empleo femenino	47%	47%
Tasa de contratación	3,4%	4,7%
Plantilla con reducción de jornada	49 M; 9 H	61 M; 11 H
Mujeres directivas	33,8%	32,3%
Mujeres en puestos de alta dirección	16,7%	-
Mujeres en puestos de dirección junior	37,7%	38,2%

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual. 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.
(3) Calculada a 31 de diciembre.

Tasa de contratación por edad y género

2025				2024		
Edad	H	M	Total	H	M	Total
<30	36,73%	60,34%	45,67%	58,67%	78,43%	66,67%
30-50	4,48%	3,38%	3,90%	8,24%	3,61%	5,77%
>50	1,44%	0,36%	0,97%	0,58%	1,15%	0,82%
Total	3,98%	3,42%	3,72%	5,05%	4,28%	4,69%

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.

Altas de contratos indefinidos

2025				2024		
Edad	H	M	Total	H	M	Total
<30	9	9	18	11	10	21
30-50	7	6	13	14	7	21
>50	5	1	6	2	3	5
Total	21	16	37	27	20	47

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.

Distribución de las bajas por edad y género

2025				2024		
Edad	H	M	Total	H	M	Total
<30	1	1	2		1	1
30-50	6	9	15	5	7	12
>50	23	10	33	14	5	19
Total	30	20	50	19	13	32

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

Edad	2025			2024		
	H	M	Total	H	M	Total
<30	4,08%	6,70%	5,07%		7,84%	3,17%
30-50	3,84%	5,07%	4,50%	2,94%	3,61%	3,30%
>50	6,64%	3,63%	5,31%	4,05%	1,92%	3,13%
Total	5,69%	4,28%	5,03%	3,55%	2,78%	3,19%

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

Edad	2025				2024			
	ROTACIÓN DESEADA		ROTACIÓN NO DESEADA		ROTACIÓN DESEADA		ROTACIÓN NO DESEADA	
	H	M	H	M	H	M	H	M
<30			1,15%	0,91%				7,84%
30-50	0,85%	0,27%	0,85%	2,15%	1,18%	0,52%	1,77%	3,09%
>50	5,08%	2,39%	0,76%	0,60%	3,18%	1,92%	0,87%	
Total	2,76%	1,10%	0,84%	1,35%	2,43%	1,28%	1,12%	1,50%

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 renunciaciones 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.

Trabajadores ETT por edad y género (criterio FTE)

	2025						2024					
	Hombres			Mujeres			Hombres			Mujeres		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
MEDIASET ESPAÑA	60,75	13,52	4,29	52,92	8,51	1,04	48,32	14,71	5,3	51,29	9,75	1,89

Colaboradores externos

	2025		2024	
	H	M	H	M
Becarios	28	69	34	62
Estudiantes en prácticas	46	36	29	29
Trabajadores por ETT	79	62	68	63
Total	153	167	131	154

Distribución de trabajadores ETT por categoría laboral

	2025	2024
Empleados	108	112
Periodistas	21	4
Operarios	12	14
Total	141	131



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

Mediaset España	
NIVEL 1-0	1,00
NIVEL 2-0	1,14
NIVEL 3-0	1,33
NIVEL 3 base	1,67
NIVEL 4-0	1,52
NIVEL 5-0	1,69
NIVEL 6-0	1,90
NIVEL 7-0	2,12
NIVEL 8-0	2,35
NIVEL 9-0	2,58
NIVEL 10-0	3,03

Salario medio por categoría profesional (miles de €)

	2025	2024
Directivo	148	145,1
Jefe de Dpto.	68	65,7
Periodistas	50	50,7
Empleados	41	40,0
Operarios	29	27,6

Salario medio por género y edad (miles de €)

	2025		2024	
	H	M	H	M
<30	29	29	27,4	28,6
30-50	46	45	44,6	43,5
>50	59	49	59,0	48,5

Brecha salarial por categoría profesional

	2025	2024
Directivos	40,09%	44,31%
No Directivos	3,18%	3,49%





Estadística de siniestralidad laboral
Absentismo

	2025			2024		
	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL
Días perdidos	6.118	5.464	11.582	9.004	10.092	19.096
Días perdidos excluyendo baja por maternidad / paternidad	5.467	5.190	10.657	7.889	8.413	16.302

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.

Índices de siniestralidad

	Índice de frecuencia		Índice de gravedad		Índice de incidencia		Tasa de lesiones registrables	
	H	M	H	M	H	M	H	M
2025	0,00	1,12	0,00	0,00	0,00	2,01	6,61	7,46
2024	1,00	2,27	0,00	0,02	1,81	4,08	7,63	8,66

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.

	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
2025	0	1	1	1	1	2	0	0	0	4	8	12	6	5	11
2024	1	2	3	1	1	2	0	0	0	1	0	1	6	5	11

Al igual que en 2024, en 2025 no se presentaron enfermedades profesionales, y las siguientes enfermedades comunes:

	Enfermedad común		
	H	M	Total
2025	215	173	388
2024	222	229	451



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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 de Conducta 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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

ALCANCE DEL INFORME

El presente Informe de Sostenibilidad, verificado por un auditor externo independiente, 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 2025.

El alcance de este Informe se circunscribe la sociedad Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU, haciéndose referencia a ésta 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.

El Consejo de Administración de Mediaset España es el órgano responsable de formular este informe que forma parte del Informe de Gestión Individual 2025.

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, la identificación de las prioridades estratégicas y oportunidades (pág. 12) y la eficaz alineación del modelo de negocio (pág. 11), la conservadora gestión ante los principales riesgos del negocio (pág. 64-72), así como la capacidad de respuesta a los asuntos materiales de los principales grupos de interés (pág. 120-122). 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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

PROCESO DE ELABORACIÓN

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, MOODY'S, 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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

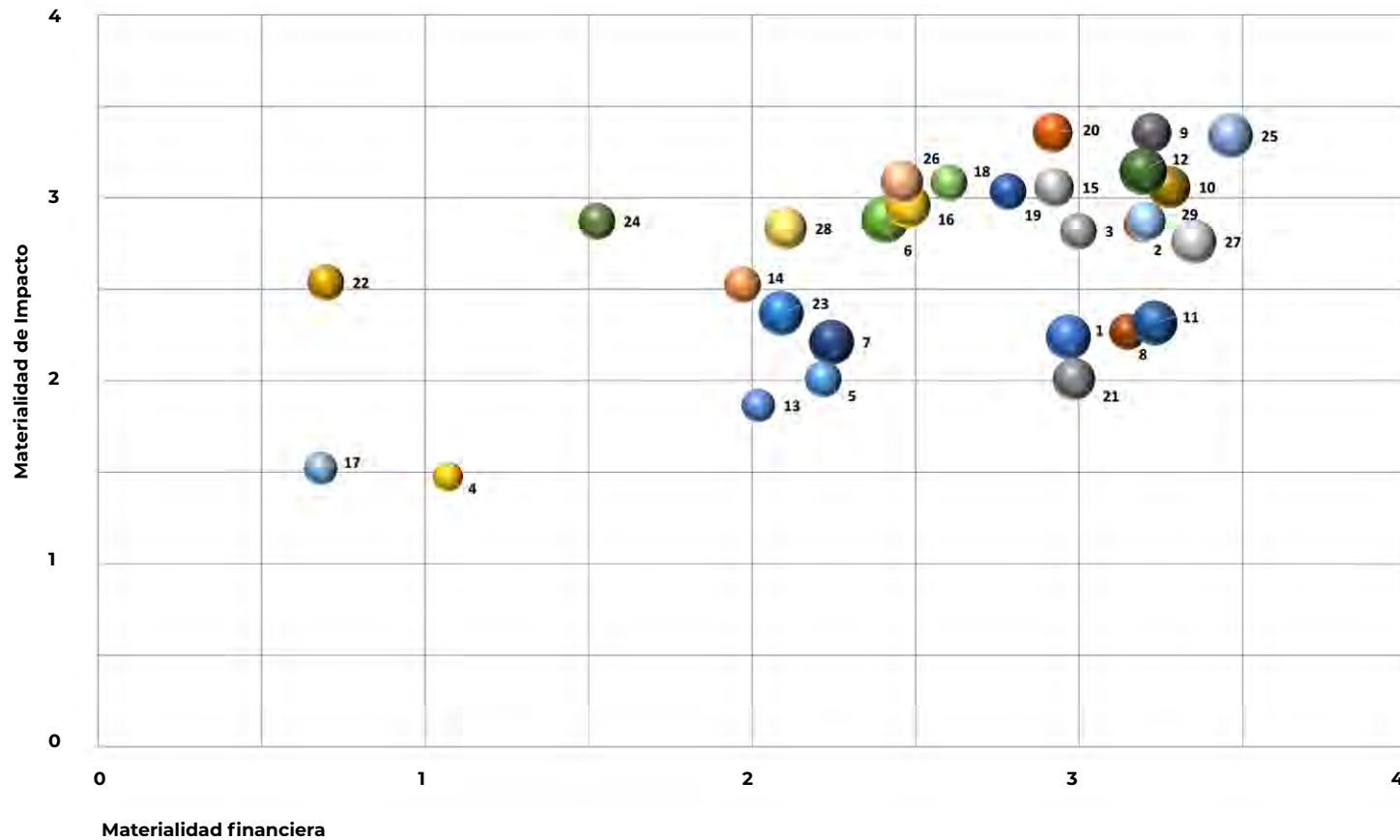
10

11

12

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.

Durante el 2025 la compañía ha realizado una revisión de los asuntos relevantes para el sector media sin que se hayan identificado cambios significativos que afecten a la determinación de temas materiales realizada con anterioridad. La matriz que se presenta a continuación refleja 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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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.



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

12

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



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



1

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

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)

Informe de verificación independiente
del estado de información no financiera
correspondiente al ejercicio finalizado el 31
de diciembre de 2025

Deloitte.

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 DE GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. (SOCIEDAD UNIPERSONAL) DEL EJERCICIO 2025

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

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Informe de Sostenibilidad 2025 adjunto (en adelante IS) que contiene el Estado de Información no Financiera correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2025, de Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A. (Sociedad Unipersonal) (la Sociedad) que forma parte del Informe de Gestión del ejercicio 2025 de la Sociedad.

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 de la Sociedad, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad. 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 España 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 de la Sociedad 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 de la Sociedad 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 2025 en función del análisis de materialidad realizado por la Sociedad 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 2025.
- 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 2025.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el IS del ejercicio 2025 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 2025 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) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2025 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
20 de marzo de 2026

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

DELOITTE AUDITORES, S.L.

2026 Núm. 01/26/07976
SELLO CORPORATIVO: 30.00 EUR
Sello distintivo de otras actuaciones



KXWYR040233