Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2019 e Informe de Gestión, junto con el Informe de Auditoría Independiente

Deloitte.

Deloitte, S.L.
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España

Tel: +34 915 14 50 00
Fax: +34 915 14 51 80
www.deloitte.es

INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS EMITIDO POR UN AUDITOR INDEPENDIENTE

A los accionistas de Mediaset España Comunicación, S.A.:

Informe sobre las cuentas anuales consolidadas

Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales consolidadas de Mediaset España Comunicación, S.A. (la Sociedad dominante) y sus sociedades dependientes (el Grupo), que comprenden el estado de situación financiera a 31 de diciembre de 2019, la cuenta de resultados, el estado del resultado global, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria, todos ellos consolidados, correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales consolidadas adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera del Grupo a 31 de diciembre de 2019, así como de sus resultados y flujos de efectivo, todos ellos consolidados, correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, adoptadas por la Unión Europea (NIIF-UE), y demás disposiciones del marco normativo de información financiera que resultan de aplicación en España.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas* de nuestro informe.

Somos independientes del Grupo de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas en España según lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas. En este sentido, no hemos prestado servicios distintos a los de la auditoría de cuentas ni han concurrido situaciones o circunstancias que, de acuerdo con lo establecido en la citada normativa reguladora, hayan afectado a la necesaria independencia de modo que se haya visto comprometida.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Cuestiones clave de la auditoría

Las cuestiones clave de la auditoría son aquellas cuestiones que, según nuestro juicio profesional, han sido de la mayor significatividad en nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas del periodo actual. Estas cuestiones han sido tratadas en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales consolidadas en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre estas, y no expresamos una opinión por separado sobre esas cuestiones.

Reconocimiento de ingresos de venta de publicidad

Descripción

Tal y como se detalla en la Nota 21 de la memoria consolidada adjunta, las ventas de publicidad suponen aproximadamente un 94% del total del importe neto de la cifra de negocios realizadas por el Grupo, y corresponden principalmente con las inserciones de los anuncios de los clientes en los espacios de los que es propietario el Grupo, deducidos descuentos e impuestos relacionados con las ventas.

El reconocimiento de estos ingresos se compone de un alto número de transacciones devengadas diariamente conforme a la efectiva inserción del anuncio y su registro viene igualmente determinado por los términos establecidos en la negociación específica con cada cliente. Esta información se integra en los sistemas informáticos de las distintas sociedades del Grupo para ser utilizada como base para el reconocimiento de ingresos y para la facturación.

Considerando el elevado número de transacciones, así como la diversidad de condiciones contractuales y la relevancia de los sistemas informáticos mencionados, la ocurrencia, exactitud y corte de los ingresos de publicidad han sido consideradas como una cuestión clave en nuestra auditoría.

Procedimientos aplicados en la auditoría

Nuestros procedimientos de auditoría han incluido, entre otros, la revisión del diseño e implementación de los controles considerados como relevantes para mitigar los riesgos asociados al proceso de reconocimiento de ingresos de publicidad, así como pruebas de verificación de la eficacia operativa de dichos controles.

Hemos involucrado a nuestros especialistas en tecnología y sistemas de información para realizar pruebas de auditoría sobre la herramienta informática de facturación y control de audiencias.

Adicionalmente, hemos llevado a cabo pruebas sustantivas en detalle realizando una revisión específica, en base selectiva, de la documentación soporte de inserciones de anuncios realizadas a lo largo del ejercicio, con el fin de verificar, principalmente, su efectiva emisión y su consistente registro en base a los términos acordados contractualmente.

También hemos realizado procedimientos analíticos sustantivos sobre las principales cuentas contables afectadas, atendiendo a su comportamiento en los últimos ejercicios, así como a datos de mercado y a expectativas en su previsible evolución.

Finalmente, hemos evaluado la adecuación de los desgloses de información facilitados en la memoria consolidada adjunta (véanse Notas 4 y 21) requeridos por el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación.

Litigios y contingencias

Descripción	Procedimientos aplicados en la auditoría
Tal y como se indica en la nota 16 de la memoria consolidada adjunta, el Grupo es parte de determinados litigios y contenciosos, entre los que destaca el derivado del Expediente Sancionador de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia con referencia (S/DC/617/17). Con fecha 12 de noviembre de 2019, este organismo emitió Resolución sobre este expediente, considerando que determinadas condiciones de contratación de la publicidad televisiva establecidas por el Grupo podrían restringir injustificadamente el funcionamiento del mercado. En esta Resolución impuso sanción económica de 38.979 miles de euros e instó a la cesación de las conductas supuestamente infractoras. La Sociedad dominante ha presentado recurso contencioso administrativo y solicitud de medidas cautelares, tanto para la sanción económica como para la cesación de las conductas. La Dirección de la Sociedad dominante evalúa, de acuerdo con la normativa contable en vigor, cada litigio y contencioso concluyendo si el mismo tiene un resultado probable negativo para los intereses del Grupo, en cuyo caso se reconoce la correspondiente provisión, posible, en cuyo caso se desglosan los potenciales efectos en la memoria de las cuentas anuales o remoto. En este sentido, en relación con el Expediente Sancionador mencionado anteriormente la Sociedad dominante considera que se trata de una contingencia no probable, por lo que no ha registrado provisión alguna, y confía en una resolución favorable de la misma. El área de litigios y contingencias es una cuestión clave para nuestra auditoría, dado que requiere de la realización de juicios relevantes por parte de la Dirección de la Sociedad dominante.	Nuestros procedimientos de auditoría han incluido, entre otros, la realización de reuniones de entendimiento con la Dirección de la Sociedad dominante, un análisis de sus juicios alcanzados en base a la opinión de sus asesores legales tanto internos como externos, para lo que hemos enviado cartas de confirmación y obtenido respuestas. Adicionalmente, hemos involucrado a nuestros expertos internos legales a fin de analizar las conclusiones alcanzadas por la Dirección de la Sociedad dominante, considerando los diversos factores en los que se basaban las mismas y la documentación formal del proceso que se nos ha facilitado. Asimismo, hemos evaluado los desgloses de información incorporados en las cuentas y su coherencia con la documentación recibida al respecto de este aspecto y las conclusiones alcanzadas por los administradores.

Párrafo de énfasis

Llamamos la atención sobre la nota 1.2, en la que se describe el proyecto de fusión transfronteriza aprobado por el Consejo de Administración de la Sociedad dominante el pasado día 7 de junio de 2019, por el que Mediaset España Comunicación, S.A. sería absorbida, junto con Mediaset S.p.A. (su actual accionista mayoritario), por parte de Mediaset Investment, N.V., filial holandesa participada al 100% por Mediaset S.p.A. La Sociedad dominante del Grupo se encuentra a la espera de un pronunciamiento judicial que permita el desarrollo de esta operación, toda vez la misma se encuentra suspendida cautelarmente, tal y como se detalla en mencionada Nota. En consecuencia, en las cuentas anuales consolidadas adjuntas no se ha registrado efecto alguno de la citada operación. Nuestra opinión no ha sido modificada en relación con esta cuestión.

Otra información: Informe de gestión consolidado

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión consolidado del ejercicio 2019, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas.

Nuestra opinión de auditoría sobre las cuentas anuales consolidadas no cubre el informe de gestión consolidado. Nuestra responsabilidad sobre la información contenida en el informe de gestión consolidado se encuentra definida en la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas, que establece dos niveles diferenciados sobre la misma:

a) Un nivel específico que resulta de aplicación al estado de la información no financiera consolidado, así como a determinada información incluida en el Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC), según se define en el art. 35.2.b) de la Ley 22/2015, de Auditoría de Cuentas, que consiste en comprobar únicamente que la citada información se ha facilitado en el informe de gestión consolidado o, en su caso, que se ha incorporado en éste la referencia correspondiente al informe separado sobre la información no financiera en la forma prevista en la normativa y, en caso contrario, a informar sobre ello.

b) Un nivel general aplicable al resto de la información incluida en el informe de gestión consolidado, que consiste en evaluar e informar sobre la concordancia de la citada información con las cuentas anuales consolidadas, a partir del conocimiento del Grupo obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas y sin incluir información distinta de la obtenida como evidencia durante la misma, así como evaluar e informar de si el contenido y presentación de esta parte del informe de gestión consolidado son conformes a la normativa que resulta de aplicación. Si, basándonos en el trabajo que hemos realizado, concluimos que existen incorrecciones materiales, estamos obligados a informar de ello.

Sobre la base del trabajo realizado, según lo descrito anteriormente, hemos comprobado que la información no financiera mencionada en el apartado a) anterior se presenta en el informe separado, "Estado de la información no financiera consolidado" al cual se incluye referencia en el informe de gestión consolidado, que la información del IAGC, mencionada en dicho apartado, se incluye en el informe de gestión consolidado y que el resto de la información que contiene el informe de gestión consolidado concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2019 y su contenido y presentación son conformes a la normativa que resulta de aplicación.

Responsabilidad de los administradores y de la comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante en relación con las cuentas anuales consolidadas

Los administradores de la Sociedad dominante son responsables de formular las cuentas anuales consolidadas adjuntas, de forma que expresen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados consolidados del Grupo, de conformidad con las NIIF-UE y demás disposiciones del marco normativo de información financiera aplicable al Grupo en España, y del control interno que consideren necesario para permitir la preparación de cuentas anuales consolidadas libres de incorrección material, debida a fraude o error.

En la preparación de las cuentas anuales consolidadas, los administradores de la Sociedad dominante son responsables de la valoración de la capacidad del Grupo para continuar como empresa en funcionamiento, revelando, según corresponda, las cuestiones relacionadas con empresa en funcionamiento y utilizando el principio contable de empresa en funcionamiento excepto si los citados administradores tienen intención de liquidar el Grupo o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

La comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante es responsable de la supervisión del proceso de elaboración y presentación de las cuentas anuales consolidadas.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales consolidadas en su conjunto están libres de incorrección material, debida a fraude o error, y emitir un informe de auditoría que contiene nuestra opinión.

Seguridad razonable es un alto grado de seguridad pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España siempre detecte una incorrección material cuando existe. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en las cuentas anuales consolidadas.

En el Anexo 1 de este informe de auditoría se incluye una descripción más detallada de nuestras responsabilidades en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas. Esta descripción que se encuentra en las siguientes páginas es parte integrante de nuestro informe de auditoría.

Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios

Informe adicional para la comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante

La opinión expresada en este informe es coherente con lo manifestado en nuestro informe adicional para la comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante de fecha 26 de febrero de 2020.

Periodo de contratación

La Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 27 de abril de 2017 nos nombró como auditores del Grupo por un período de tres años, contados a partir del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2017.

DELOITTE, S.L.
Inscrita en el R.O.A.C. nº S0692

Mª Concepción Iglesias Jiménez
Inscrito en el R.O.A.C. nº 21413

26 de febrero de 2020

AUDITORES
INSTITUTO DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA DE CUENTAS DE ESPAÑA

DELOITTE, S.L.

2020 Núm. 01/20/00146
96,00 EUR

SELLO CORPORATIVO: Informe de auditoría de cuentas sujeto a la normativa de auditoría de cuentas española e internacional

Anexo 1 de nuestro informe de auditoría

Adicionalmente a lo incluido en nuestro informe de auditoría, en este Anexo incluimos nuestras responsabilidades respecto a la auditoría de las cuentas anuales consolidadas.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de las cuentas anuales consolidadas

Como parte de una auditoría de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y valoramos los riesgos de incorrección material en las cuentas anuales consolidadas, debida a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una incorrección material debida a fraude es más elevado que en el caso de una incorrección material debida a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, manifestaciones intencionadamente erróneas, o la elusión del control interno.

- Obtenemos conocimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias, y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno del Grupo.

- Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por los administradores de la Sociedad dominante.

- Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por los administradores de la Sociedad dominante, del principio contable de empresa en funcionamiento y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad del Grupo para continuar como empresa en funcionamiento. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe de auditoría sobre la correspondiente información revelada en las cuentas anuales consolidadas o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe de auditoría. Sin embargo, los hechos o condiciones futuros pueden ser la causa de que el Grupo deje de ser una empresa en funcionamiento.

- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales consolidadas, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales consolidadas representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.

- Obtenemos evidencia suficiente y adecuada en relación con la información financiera de las entidades o actividades empresariales dentro del Grupo para expresar una opinión sobre las cuentas anuales consolidadas. Somos responsables de la dirección, supervisión y realización de la auditoría del Grupo. Somos los únicos responsables de nuestra opinión de auditoría.

Nos comunicamos con la comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante en relación con, entre otras cuestiones, el alcance y el momento de realización de la auditoría planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

También proporcionamos a la comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante una declaración de que hemos cumplido los requerimientos de ética aplicables, incluidos los de independencia, y nos hemos comunicado con la misma para informar de aquellas cuestiones que razonablemente puedan suponer una amenaza para nuestra independencia y, en su caso, de las correspondientes salvaguardas.

Entre las cuestiones que han sido objeto de comunicación a la comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante, determinamos las que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales consolidadas del periodo actual y que son, en consecuencia, las cuestiones clave de la auditoría.

Describimos esas cuestiones en nuestro informe de auditoría salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente la cuestión.

Mediaset España Comunicación, S.A.
y
Sociedades Dependientes

Cuentas Anuales Consolidadas correspondientes al ejercicio anual
terminado el 31 de diciembre de 2019, elaboradas de acuerdo
a las Normas Internacionales de Información Financiera
adoptadas en la Unión Europea (NIIF-UE) e Informe de Gestión Consolidado

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019
(En miles de euros)

ACTIVO	31/12/2019	31/12/2018
ACTIVO NO CORRIENTE		
Inmovilizado Material (Nota 6)	**55.372**	**57.918**
Inmovilizado Intangible (Nota 7)	**182.408**	**186.849**
Derechos Audiovisuales (Nota 8)	**170.805**	**138.298**
Fondo de Comercio (Nota 9)	**290.809**	**288.124**
Inv. contabiliz. por el Método de la Participac. (Nota 10)	**8.613**	**8.696**
Activos Financieros no corrientes (Notas 11 y 13.2)	**220.792**	**15.740**
Activos por impuestos diferidos (Nota 18.5)	**69.954**	**79.589**
Total activo no corriente	**998.753**	**775.214**
ACTIVO CORRIENTE		
Existencias	**12.855**	**9.754**
Deudores	**247.983**	**234.257**
Clientes por ventas y prestaciones de servicios (Nota 13.2)	228.677	221.183
Clientes, partes vinculadas (Nota 13.2)	601	1.318
Deudores varios (Nota 13.2)	1.117	1.092
Personal (Nota 13.2)	71	72
Administraciones Públicas (Nota 18.3)	1.876	197
Activos por impuestos corrientes (Nota 18.3)	15.641	10.395
Otros activos corrientes (Nota 12)	**32.668**	**8.569**
Otros activos financieros corrientes (Nota 13.2)	**1.894**	**2.638**
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes (Nota 14)	**128.993**	**165.737**
Total activo corriente	**424.393**	**420.955**
TOTAL ACTIVO	**1.423.146**	**1.196.169**

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado de Situación Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2019.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2019
(En miles de euros)

PASIVO Y PATRIMONIO NETO	31/12/2019	31/12/2018
PATRIMONIO NETO (Nota 15)		
Capital Social	163.718	163.718
Prima de Emisión de acciones	313.234	313.234
Otras Reservas	319.926	225.707
Acciones Propias	(94.554)	-
Ajustes por cambios de valor	(1.749)	1.820
Resultado del ejercicio atribuible a la Sociedad dominante	211.713	200.326
Total patrimonio neto soc. dominante	**912.288**	**904.805**
Socios externos	3.466	-
Total patrimonio neto	**915.754**	**904.805**
PASIVO NO CORRIENTE		
Provisiones no corrientes (Nota 16)	**11.126**	**8.945**
Deudas con entidades de crédito no corrientes (Nota 13.2)	**180.334**	**-**
Otros pasivos no corrientes (Nota 13.2)	**6.187**	**110**
Pasivos por impuesto diferido (Nota 18.5)	**38.447**	**28.211**
Total pasivo no corriente	**236.094**	**37.266**
PASIVO CORRIENTE		
Deudas con partes vinculadas (Nota 13.2)	**17.448**	**19.369**
Deudas por compras o prestaciones de servicios (Nota 13.2)	**118.692**	**105.009**
Deudas por compras de Derechos Audiovisuales (Nota 13.2)	**43.915**	**47.237**
Otras deudas no comerciales	**39.048**	**40.249**
Deudas con entidades de crédito (Nota 13.2)	906	44
Administraciones Públicas (Nota 18.3)	22.323	22.569
Acreedores por adquisición de inmovilizado (Nota 13.2)	2.762	1.918
Remuneraciones pendientes de pago (Nota 13.2)	12.732	15.625
Otras deudas (Nota 13.2)	325	93
Provisiones corrientes (Nota 17)	**48.572**	**40.149**
Otros pasivos corrientes	**3.623**	**2.085**
Total pasivo corriente	**271.298**	**254.098**
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	**1.423.146**	**1.196.169**

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado de Situación Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2019.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

CUENTA DE RESULTADOS SEPARADA CONSOLIDADA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019
(En miles de euros)

	31/12/2019	31/12/2018
INGRESOS		
Importe de la cifra de negocios (Nota 21.1)	939.001	974.477
Ventas	925.588	975.394
Descuentos y Rappels	(40.005)	(42.143)
Prestación de servicios	53.418	41.226
Otros ingresos de explotación	7.240	7.087
Total ingresos de explotación	**946.241**	**981.564**
GASTOS		
Reducción de prod. terminados y en curso	(3.102)	(4.168)
Aprovisionamientos	208.476	250.986
Gastos de personal (Nota 21.2)	121.543	107.824
Consumo de derechos audiovisuales (Nota 8)	135.851	153.086
Dotaciones amortización (Notas 6 y 7)	20.278	19.916
Variación de provisiones del circulante (Nota 21.3)	(1.180)	(2.815)
Otros gastos (Nota 21.4)	199.481	199.843
Total gastos de explotación	**681.347**	**724.672**
Beneficios de explotación	**264.894**	**256.892**
Ingreso/(Gasto financiero) (Nota 21.6)	(320)	(1.854)
Diferencias de cambio (Nota 21.7)	123	275
Rdo de Soc. por el método de la participación (Nota 10)	2.306	6.246
Enajenación/Deterioro de otros activos financieros	-	(481)
Ingresos/(gastos) de activos financieros no corrientes (Nota 21.9)	3.606	4.528
Beneficio antes de impuestos	**270.609**	**265.606**
Impuesto sobre Sociedades (Nota 18.4)	56.847	65.280
Resultado del ejercicio (Beneficio)	**213.762**	**200.326**
Atribuible a:		
Accionistas de la Sociedad dominante	211.713	200.326
Socios Externos (Nota 15.6)	2.049	-
Beneficio por acción (Nota 22.1)	**0,65**	**0,61**
Beneficio por acción diluido (Nota 22.2)	**0,65**	**0,61**

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de esta Cuenta de Resultados Separada Consolidada correspondiente al ejercicio 2019.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DEL RESULTADO GLOBAL CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019
(En miles de euros)

	31/12/2019	31/12/2018
RESULTADO DEL EJERCICIO	213.762	200.326
Ingresos y Gastos reconocidos directamente en Patrimonio Neto a reclasificar en un futuro a la Cuenta de Resultados	-	-
- Ajustes de valor de activos disponibles para la venta	-	-
Ingresos y Gastos reconocidos directamente en Patrimonio Neto que no serán reclasificados en un futuro a la Cuenta de Resultados	(3.569)	1.820
RESULTADO GLOBAL DEL EJERCICIO	**210.193**	**202.146**
Atribuible a:		
Accionistas de la Sociedad dominante	208.144	202.146
Socios Externos	2.049	-

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado del Resultado Global Consolidado correspondiente al ejercicio 2019.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019
(En miles de euros)

			Otras Reservas								
	Capital Social (Nota 15.1)	Prima de emisión (Nota 15.2)	Reserva legal (Nota 15.3)	Otras Reservas	Total otras Reservas	Acciones Propias (Nota 15.5)	Ajustes por cambio de Valor	Resultado ejercicio	Tot. Patrim. Neto soc. Dominante	Socios Externos (Nota 15.6)	Total
Balance a 31.12.2018	**163.718**	**313.234**	**32.744**	**192.963**	**225.707**	**-**	**1.820**	**200.326**	**904.805**	**-**	**904.805**
Componentes de otro resultado global	-	-	-	-	-	-	(3.569)	-	**(3.569)**	-	**(3.569)**
Resultado del periodo	-	-	-	-	-	-	-	211.713	**211.713**	2.049	**213.762**
Resultado Global	-	-	-	-	-	-	**(3.569)**	**211.713**	**208.144**	**2.049**	**210.193**
Distribución del resultado	-	-	-	200.326	**200.326**	-	-	(200.326)	-	-	-
Dividendos (Nota 15.4)	-	-	-	(99.958)	**(99.958)**	-	-	-	**(99.958)**	-	**(99.958)**
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	-	-	-	-		(94.554)	-	-	**(94.554)**	-	**(94.554)**
Otros movimientos	-	-	-	(6.149)	**(6.149)**	-	-	-	**(6.149)**	1.417	**(4.732)**
Balance a 31.12.2019	**163.718**	**313.234**	**32.744**	**287.182**	**319.926**	**(94.554)**	**(1.749)**	**211.713**	**912.288**	**3.466**	**915.754**

			Otras Reservas								
	Capital Social (Nota 15.1)	Prima de emisión (Nota 15.2)	Reserva legal (Nota 15.3)	Otras Reservas	Total otras Reservas	Acciones Propias (Nota 15.5)	Ajustes por cambio de Valor	Resultado ejercicio	Tot. Patrim. Neto soc. Dominante	Socios Externos (Nota 15.6)	Total
Balance a 31.12.2017	**168.359**	**409.040**	**33.672**	**191.738**	**225.410**	**(100.500)**	**272**	**197.496**	**900.077**	**-**	**900.077**
Componentes de otro resultado global	-	-	-	-	-	-	1.820	-	**1.820**	-	**1.820**
Resultado del periodo	-	-	-	-	-	-	-	200.326	**200.326**		**200.326**
Resultado Global	-	-	-	-	-	-	**1.820**	**200.326**	**202.146**	-	**202.146**
Distribución del resultado	-	-	-	197.496	**197.496**	-	-	(197.496)	-	-	-
Dividendos (Nota 15.4)	-	-	-	(197.496)	**(197.496)**	-	-	-	**(197.496)**	-	**(197.496)**
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	(4.641)	(95.806)	-	(53)	**(53)**	100.500	-	-		-	
Otros movimientos	-	-	(928)	1.278	**350**	-	(272)	-	**78**	-	**78**
Balance a 31.12.2018	**163.718**	**313.234**	**32.744**	**192.963**	**225.707**	**-**	**1.820**	**200.326**	**904.805**	**-**	**904.805**

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidado del ejercicio 2019.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019
(En miles de euros)

	31/12/2019	31/12/2018
TESORERÍA PROCEDENTE DE LA ACTIVIDAD OPERATIVA		
Beneficio neto antes de impuestos	**270.609**	**265.606**
Ajustes		
Consumo de derechos audiovisuales (Nota 8)	135.851	153.086
Amortizaciones y depreciaciones (Nota 6 y 7)	20.278	19.916
Resultado por soc. por puesta en equivalencia método de la participación (Nota 10)	(2.306)	(6.246)
Variación provisiones circulante (Nota 21,3)	(1.180)	(2.815)
Variación provisiones por riesgos y gastos y otros	4.589	6.839
Gasto financiero neto (Nota 21.6)	320	1.854
Diferencias de cambio neto (Nota 21.7)	(123)	(275)
Bajas de otros activos	212	34
Deterioro de otros activos financieros	-	481
Resultado por enajenación de otros activos financieros (Nota 21.9)	(3.606)	(4.528)
Beneficio de explotación antes de cambios en el circulante	**424.644**	**433.952**
Variación en activos y pasivos operativos neto de efectos derivados de adquisición de nuevas inversiones		
Existencias	(3.101)	(3.933)
Cuentas a cobrar	(6.778)	14.957
Otros activos corrientes	(30.304)	6.975
Acreedores	11.762	(46.830)
Otros pasivos corrientes y no corrientes	(1.370)	2.549
Variación provisiones de pasivo	8.423	1.054
Tesorería procedente de las actividades operativas	**403.276**	**408.724**
Impuestos pagados en origen (Nota 18.4)	(40.729)	(43.687)
Otros pagos/cobros	(3.069)	(316)
Tesorería neta procedente de las actividades operativas (A)	**359.478**	**364.721**
TESORERÍA PROCEDENTE DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Adquisición inmovilizado material	(7.625)	(7.686)
Adquisiciones de derechos audiovisuales	(176.426)	(143.525)
Desinversión de derechos audiovisuales (Nota 8)	4.746	4.198
Adquisición en inmovilizado inmaterial (Nota 7)	(2.526)	(2.540)
Inversión/Desinversión en inmovilizado financiero (Nota 21.9)	3.606	4.528
Inversión/Desinversión en asociadas	(172.630)	(301)
Inversión/Desinversión en activos financieros no corrientes (Nota 10)	87	1.036
Inversión/Desinversión en activos financieros corrientes y no corrientes (Nota 13.2)	-	860
Inversión en empresas del grupo	(8.524)	-
Dividendos recibidos (Nota 10)	1.696	2.392
Intereses recibidos	133	-
Tesorería neta procedente de la venta de inversiones financieras	1.340	8.194
Tesorería neta aplicada a las operaciones de inversión (B)	**(356.123)**	**(132.844)**
TESORERÍA APLICADA A LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN		
Financiación a largo plazo	153.646	(156)
Intereses pagados	(759)	(1.977)
Dividendos pagados (Nota 15.4)	(99.958)	(197.496)
Financiación a corto plazo	(16)	(591)
Compra acciones propias (Nota 15.5)	(94.554)	(343)
Operaciones de patrimonio	1.419	-
Tesorería neta aplicada en las actividades de financiación (C)	**(40.222)**	**(200.563)**
Incremento/Decremento de tesorería y otros activos equivalentes [D=A+B+C]	**(36.867)**	**31.314**
Efecto de la variación del tipo de cambio (Nota 21.7)	**123**	**275**
Variación neta en tesorería y otros activos equivalentes	**(36.744)**	**31.589**
Efectivo y otros activos equivalentes al principio del ejercicio (Nota 14)	**165.737**	**134.148**
Efectivo y otros activos equivalentes al final del ejercicio (Nota 14)	**128.993**	**165.737**

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado de Flujos de Efectivo Consolidado del ejercicio 2019.

MEMORIA DE LAS CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS DEL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019

1. Actividad del Grupo

1.1 Objeto social de las Sociedades pertenecientes al Grupo Mediaset España Comunicación, S.A.

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. - SOCIEDAD DOMINANTE

La Sociedad MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. (en adelante la Sociedad o la Sociedad dominante) fue constituida en Madrid el 10 de marzo de 1989. Su domicilio social se encuentra en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4, 28049 Madrid.

La Sociedad tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. Al 31 de diciembre de 2019 explota comercialmente siete canales de Televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y Be Mad). Las licencias concedidas para la explotación de dichos canales se han ido produciendo de la siguiente manera:

- Con arreglo a los términos de la concesión realizada por el Estado, mediante Resolución de 28 de agosto de 1989 de la Secretaría General de Comunicaciones y contrato de concesión formalizado en Escritura Pública de fecha 3 de octubre de 1989, así como todas las operaciones que sean natural antecedente y consecuencia de dicha gestión.

- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 10 de marzo de 2000, fue renovada dicha Concesión por un periodo de diez años a contar desde el 3 de abril de 2000.

- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 25 de noviembre de 2005, se amplió el contrato concesional de forma simultánea al del resto de concesionarios de ámbito nacional, otorgándose tres canales de Televisión Digital Terrestre (TDT).

- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 26 de marzo de 2010, fue renovada dicha Concesión por otros diez años más. La Sociedad ha realizado todas las inversiones precisas para el inicio de emisiones digitales de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 2169/1998 de 9 de octubre que aprobó el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. Sin perjuicio de lo anterior, de conformidad con lo establecido en la Disposición Transitoria Segunda de la Ley Audiovisual, la Sociedad solicitó el 3 de mayo de 2010 la transformación de la concesión en licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual. Mediante el Acuerdo del Consejo de Ministros de 11 de junio de 2010 tuvo lugar la transformación de la concesión en licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual, con una vigencia de 15 años, prorrogables de forma automática por el mismo plazo, siempre que se cumplan los requisitos del artículo 28 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo (Ley Audiovisual).

- Tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica el 3 de abril de 2010 (el "Apagón Analógico") y en virtud de lo dispuesto en la Disposición Adicional Tercera del Real Decreto 944/2005, la Sociedad desde el 4 de mayo de 2010 tenía acceso a un múltiple digital de cobertura estatal, que ampliaba en un canal adicional, hasta un total de cuatro, los gestionados por la Sociedad.

- Tras la adquisición de Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A. en 2010, se obtuvieron las licencias correspondientes al Multiplex de Cuatro (Cuatro y tres canales más).

- Con fecha 6 de mayo de 2014 se procedió a dejar de emitir los canales digitales La Siete y Nueve, para dar cumplimiento a la Sentencia de la Sala Tercera del Tribunal Supremo, acordada en la reunión de fecha de 22 de marzo de 2013 del Consejo de Ministros.

- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de octubre de 2015 se le adjudica a la Sociedad la licencia para la explotación de un nuevo canal de TDT en alta definición, con una vigencia de 15 años, prorrogables en los términos estipulados por la Ley Audiovisual. Dicho canal, Be Mad, inició las emisiones en directo con fecha 21 de abril de 2016, dentro del plazo legal fijado en el pliego de condiciones de concesión de la licencia.

La Sociedad tiene una duración indefinida, según se establece en el artículo 3º de los Estatutos.

La Sociedad comenzó su cotización en Bolsa el día 24 de junio de 2004, cotizando en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, pasando a formar parte del índice IBEX-35 el 3 de enero de 2005.

La actividad del Grupo se centra en la explotación publicitaria de los canales de televisión de los que es concesionario así como la realización de actividades análogas y complementarias y relacionadas a dicha actividad tales como:

-Producción Audiovisual
-Agencia de noticias
-Promoción Publicidad

1.2. Operaciones societarias en marcha: Fusión Transfronteriza

Con fecha 7 de junio de 2019, el Consejo de Administración de Mediaset España Comunicación, S.A., aprobó la fusión por absorción de Mediaset España y Mediaset S.p.A. (su actual accionista mayoritario, Nota 15.1) por parte de Mediaset Investment, N.V. una sociedad con domicilio social en Holanda y participada al 100% por Mediaset, S.p.A, pasando a denominarse la sociedad fusionada "MFE – MEDIAEUROPE N.V." y que cotizará en Italia y España una vez consumada la fusión. El motivo de esta transacción es de carácter netamente industrial y encaminado a la creación de un Grupo pan-europeo capaz de competir eficazmente en el nuevo universo de medios de comunicación en el que el tamaño y la capacidad tecnológica, particularmente por lo que

se refiere al entorno digital, resultan fundamentales para el desarrollo y crecimiento del negocio.

El proyecto de fusión aprobado por la Junta General de Accionistas el pasado 4 de septiembre de 2019 contempla una ecuación de canje de 2,33 acciones de MFE – MEDIAEUROPE, N.V. por cada acción de Mediaset España, así como un derecho de separación para los accionistas del Grupo español fijado en 6,544 Euros por título, en aplicación de la normativa mercantil española.

Esta operación incluye como paso previo y al objeto de mantener las operaciones y negocio de Mediaset Italia y Mediaset España en sus respectivos países y sustancialmente inalteradas, la operación de segregación por parte de Mediaset España Comunicación, S.A. del conjunto de su patrimonio, activos y pasivos a una filial española directa e íntegramente participada, Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A. (Sociedad Unipersonal) (véase Nota 1.3), recibiendo a cambio Mediaset España Comunicación, S.A. la totalidad de las acciones de dicha sociedad.

El plan original preveía que, una vez cumplidas ciertas condiciones precedentes inherentes a un proceso de estas características, la operación se habría completado a finales del ejercicio 2019.

Sin embargo, los citados acuerdos aprobados por la Junta de Accionistas de Mediaset España Comunicación, S.A. fueron impugnados por un accionista minoritario, poseedor de un 1% del capital de la sociedad que había adquirido con posterioridad al 7 de junio de 2019, fecha de anuncio de la operación de fusión.

De manera análoga, el mismo accionista minoritario procedió a presentar demandas de impugnación tanto en Holanda como en Italia, mientras que en España el Juzgado nº 2 de lo Mercantil de Madrid dictó auto el 11 de octubre ordenando la suspensión cautelar de los acuerdos.

Mediaset España Comunicación, S.A. presentó recurso de apelación contra el citado auto habiendo sido desestimado mediante resolución de fecha 14 de febrero de 2020 y reenviado al Juzgado de lo Mercantil nº2.

A estos efectos en línea con lo llevado a cabo por Mediaset Italia a sugerencia de la jueza de Milán, la Junta Extraordinaria de Accionistas de Mediaset España aprobó en su reunión del 5 de febrero de 2020 modificar ciertos artículos de la Propuesta de Estatutos de MFE y que, tras su oportuna adaptación, permitieron que la jueza de Milán responsable del asunto rechazara finalmente la suspensión cautelar solicitada allí por el accionista que impugnó los acuerdos.

Cabe por último señalar que, a la espera de la resolución por parte de la Audiencia Provincial de Madrid, existen 39.025.777 acciones de Mediaset España cuyos tenedores han ejercitado el derecho de separación y cuyo reembolso está garantizado por el Grupo a través de los acuerdos de aseguramiento firmados con dos entidades financieras de primer nivel. La ejecución del aseguramiento es contingente a la definitiva realización de la operación, a discreción de Mediaset España Comunicación, S.A.

Adicionalmente, con fecha 19 de febrero de 2020, el Consejo de Administración de Mediaset España Comunicación, S.A. ha decidido conceder un período para que aquellos accionistas que lo deseen puedan revocar, entre los días 19 de febrero y 3 de marzo de 2020 (ambos inclusive) el ejercicio del derecho de separación.

Esta decisión obedece al hecho de que la consecución de la operación depende ahora del resultado final de los varios procedimientos legales iniciados por el mencionado accionista minoritario.

Con todo lo anterior, en las presentes Cuentas Anuales Consolidadas, no se ha registrado efecto alguno de esta operación.

1.3. Organigrama societario Grupo Mediaset España

La Sociedad es la cabecera de un grupo de sociedades conocido como Grupo Mediaset España Comunicación, por lo que está obligada a elaborar, además de sus propias Cuentas Anuales, Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo. Las sociedades consolidadas del Grupo son:

Sociedades consolidadas por integración global	**País**	**2019**	**2018**
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	España	100%	100%
Telecinco Cinema, S.A.U. (3)	España	100%	100%
Publiespaña, S.A.U.	España	100%	100%
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	España	100%	100%
Mediacinco Cartera, S.L.U.	España	100%	100%
Publimedia Gestión, S.A.U. (1)	España	100%	100%
Advertisement 4 Adventure, S.L.U.	España	100%	100%
Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U. (antes Sogecable Editorial, S.L.U.)	España	100%	100%
Netsonic, S.L.U. (1)	España	100%	100%
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U. (antes Concursos Multiplataformas, S.A.U.)	España	100%	100%
El Desmarque Portal Deportivo, S.L. (3)	España	60%	-
Megamedia Televisión, S.L. (3)	España	65%	-
Supersport Televisión, S.L. (3)	España	62,50%	-

Sociedades integradas por el método de la participación	**País**	**2019**	**2018**
Producciones Mandarina, S.L. (3)	España	30%	30%
La Fábrica de la Tele, S.L. (3)	España	30%	30%
Furia de Titanes II, A.I.E. (2)	España	34%	34%
Megamedia Televisión, S.L. (3)	España	-	30%
Supersport Televisión, S.L. (3)	España	-	30%
Aunia Publicidad Interactiva, S.L. (1)	España	50%	50%
Alea Media, S.A. (3)	España	40%	40%
Melodía Producciones, S.L. (4)	España	40%	40%
Alea La Maleta. S.L.U. (6)	España	40%	-
Pagoeta Media, S.L. U.(6)	España	40%	-
Adtech Ventures, S.p.A. (1)	Italia	50%	50%
Bulldog TV Spain, S.L. (3)	España	30%	30%
Alma Productora Audiovisual, S.L. (3)	España	30%	30%
Unicorn Content, S.L. (3)	España	30%	30%

Negocios Conjuntos	**País**	**2019**	**2018**
Telefónica Broadcast, S.L.U.–Supersport Televisión, S.L. (U.T.E.) (5)	España	50%	-

(1) La participación en estas Sociedades es a través de Publiespaña, S.A.U.
(2) La participación en esta A.I.E. es a través de Telecinco Cinema, S.A.U.
(3) La participación en estas Sociedades es a través de Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U.
(4) Desde el 10 de octubre de 2018 esta sociedad se encuentra en liquidación.
(5) La participación en estas Sociedades es a través de Supersport Televisión, S.L.
(6) La participación en estas Sociedades es a través de Alea Media, S.A.

Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2019

- El 21 de enero de 2019 el Grupo adquirió una participación adicional del 32,5% en la Sociedad Supersport Televisión, S.L. alcanzado un total de participación en dicha Sociedad del 62,5%, pasando a integrarse por el método de integración global.

- El 21 de enero de 2019 el Grupo adquirió una participación adicional del 35% en la Sociedad Megamedia Televisión, S.L. alcanzado un total de participación en dicha Sociedad del 65%, pasando a integrarse por el método de integración global.

- El 5 de marzo de 2019 el Grupo adquirió una participación del 60% en El Desmarque Portal Deportivo, S.L., pasando a integrarse por el método de integración global.

- En fecha 14 de mayo de 2019, la Sociedad del Grupo Supersport Televisión, S.L. constituyó, junto con Telefónica Broadcast Services, S.L. una Unión Temporal de Empresas denominada Telefónica Broadcast Services, S.L.U.-Supersport Televisión, S.L., Unión Temporal de Empresas, Ley 18/1982 de 26 de mayo y Ley 12/1991 de 29 de abril al objeto de prestar servicios de gestión técnica, editorial y de contenido para el canal de TV del Real Madrid C.F. Esta participación se integra como negocio conjunto.

- En fecha 21 de octubre de 2019 la Sociedad Alea Media, S.A. (integrada al 40%) constituyó una Sociedad participada al 100% Alea La Maleta, S.L.U., pasando a integrarse esta participación en el grupo, por el método de la participación.

Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2018

- El 5 de febrero de 2018 el Grupo adquirió una participación del 30% de la sociedad Bulldog TV Spain, S.L.

- El 23 de marzo de 2018 se procedió a la venta del 43,71% que la Sociedad dominante mantenía en la participación en Pegaso Televisión Inc.

- El 12 septiembre de 2018 el Grupo adquirió una participación del 30% de la sociedad Alma Productora Audiovisual, S.L.

- El 23 de octubre de 2018 el Grupo adquirió una participación del 30% de la sociedad Unicorn Content, S.L.

- En fecha 31 de julio de 2018 la Sociedad Alea Media, S.A. constituyó una Sociedad participada al 100% Pagoeta Media, S.L.U., pasando a integrarse esta participación en el grupo por el método de la participación.

SOCIEDADES DEPENDIENTES

Se consideran "entidades dependientes" aquéllas sobre las que la Sociedad tiene capacidad para ejercer control efectivo (ver Nota 4.1).

1. Consolidación por integración global (participadas directamente por Mediaset España Comunicación, S.A.)

Grupo Editorial Tele5, S.A.U.

La Sociedad Grupo Editorial Tele5, S.A.U. se constituyó en Madrid el 10 de julio de 1991, y tiene su domicilio social en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4, Madrid.

El objeto social incluye, entre otras, las siguientes actividades complementarias de la explotación de un canal de televisión: adquisición y explotación de derechos, tanto de fonogramas como grabaciones audiovisuales, la representación artística, promoción de espectáculos y la edición, producción, distribución y comercialización de publicaciones y material gráfico.

Publiespaña, S.A.U.

Publiespaña, S.A.U. se constituyó el 3 de noviembre de 1988. Su domicilio social está fijado en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4 de Madrid.
La Sociedad tiene por objeto la realización de las siguientes actividades:

a) La realización y ejecución de proyectos publicitarios y las tareas relacionadas con la contratación, intermediación y difusión de mensajes publicitarios en cualquiera de sus modalidades posibles, a través de cualquier medio de difusión o comunicación social.

b) La realización de actividades relacionadas, directa o indirectamente, con el marketing, el merchandising, la televenta y cualesquiera otras actividades comerciales.

c) La organización y producción de eventos o acontecimientos culturales, deportivos, musicales o de cualquier otro tipo, así como la adquisición y explotación en cualquier forma de toda clase de derechos que recaigan sobre los mismos.

d) La prestación de servicios de asesoría, análisis y gestión por cualquier procedimiento en relación con las actividades antes relacionadas.

e) Las actividades enumeradas podrán ser desarrolladas por la Sociedad total o parcialmente de forma indirecta, mediante la participación en otras sociedades con objeto análogo.

Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

La empresa Europortal, S.A. se constituyó el 6 de septiembre de 1999. El 14 de octubre de ese mismo año pasó a denominarse Europortal Jumpy, S.A. Su domicilio social se encuentra en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas nº 4 en Madrid.

Con fecha 5 de noviembre de 2007 se cambia la denominación de la sociedad, pasando a ser Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

Su objeto social es la explotación de contenidos audiovisuales en Internet.

Mediacinco Cartera, S.L.U.

La empresa Mediacinco Cartera, S.L. se constituyó el 13 de abril de 2007, fijando su domicilio social en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas nº 4.

El objeto social lo constituye:

a) La inversión mediante su adquisición, suscripción, asunción, desembolso, tenencia, transmisión, enajenación, aportación o gravamen de valores o activos de carácter mobiliario incluyendo acciones, participaciones sociales, cuotas de participación en sociedades o comunidades de bienes, derechos de suscripción de sociedades, obligaciones canjeables o no, bonos comerciales, partes de fundador, bonos de disfrute, valores mobiliarios de renta fija o variable, admitidos o no a cotización en las Bolsas oficiales, títulos de Deuda Pública incluyendo bonos, letras y pagarés del Tesoro, letras de cambio y certificados de depósito, todo ello con plena sujeción a la legislación aplicable.

b) La prestación de servicios de administración, gestión y asesoramiento de carácter contable, financiero, fiscal, civil, mercantil, laboral y administrativo en favor de otras empresas en las que posea una participación directa o indirecta.

Al 31 de diciembre de 2019 la participación mantenida asciende al 100% del capital social. Esta sociedad no tiene actividad en la actualidad.

Advertisement 4 Adventure, S.L.U.

La empresa Sogecable Media, S.L.U. nació el 10 de octubre de 2005 con el objetivo de gestionar la comercialización publicitaria de los soportes audiovisuales CUATRO, los canales temáticos de Prisa TV en DIGITAL+ y la REVISTA DIGITAL+. La Sociedad fija su domicilio social en Madrid, en la carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4.

El 2 de octubre de 2015 cambió su denominación social por la de Advertisement 4 Adventure, S.L.U., siendo su actividad en la actualidad la adquisición, suscripción, tenencia, disfrute y enajenación de títulos, valores, obligaciones, acciones y participaciones en toda clase de sociedades civiles y mercantiles, industriales o comerciales, nacionales o extranjeras.

Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U. (antes Sogecable Editorial, S.L.U.)

La empresa Sogecable Editorial, S.L.U. fija su domicilio social en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4.

El objeto social incluía, entre otras, las siguientes actividades complementarias de la explotación de un canal de televisión:

a) adquisición y explotación de derechos, tanto de fonogramas como grabaciones audiovisuales,

b) la representación artística,

c) la promoción de espectáculos y la edición, producción, distribución y comercialización de publicaciones y material gráfico.

El 27 de julio de 2018 se cambió la denominación social de Sogecable Editorial, S.L.U., por la de Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U., y también se cambió su objeto social pasando a ser el de producción y distribución de contenidos audiovisuales propios de la actividades de las sociedades filiales que la forman.

Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U. (antes Concursos Multiplataformas, S.A.U.

La empresa Concursos Multiplataformas, S.A.U. tiene su domicilio social en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4.

La sociedad tiene como objeto social la realización de las actividades propias de un operador de juegos y apuestas, entre ellas, la organización, comercialización y explotación de juegos, apuestas, rifas, concursos y de cualesquiera otras en las que se arriesguen cantidades de dinero u objetos económicamente evaluables en cualquier forma, sobre resultados futuros e inciertos, y que permitan su transferencia entre participantes, con independencia de que predomine en ellos el grado de destreza de los jugadores o sean exclusiva o fundamentalmente de suerte, envite o azar, incluidas las de publicidad, promoción y patrocinio de tales actividades. Todo ello de acuerdo con la Ley 13/2011, de 27 de mayo, de regulación de juego.

El 4 de junio de 2019 se cambia la denominación social de Concursos Multiplataformas, S.A.U., por la de Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.

2. **Consolidación por integración global (participadas directamente por Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U.** (antes Sogecable Editorial, S.L.U.)

Telecinco Cinema, S.A.U.

La empresa Digitel 5, S.A.U., se constituyó en Madrid el 23 de septiembre de 1996, fijando su domicilio social en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4.

En noviembre de 1999 se formalizó la inscripción en el Registro Mercantil del cambio de denominación social de Digitel 5, S.A.U. por el de Estudios Picasso Fábrica de Ficción, S.A.U.

En mayo de 2007 se inscribe en el Registro Mercantil el cambio de denominación social que pasa a ser Producciones Cinematográficas Telecinco, S.A.U.

En noviembre de 2007 se inscribe en el Registro Mercantil un nuevo cambio de denominación social que pasa a ser Telecinco Cinema, S.A.U.

El objeto social incluye principalmente, aunque no con carácter exclusivo, la prestación de servicios de difusión de televisión a través de tecnología digital; la investigación, desarrollo y comercialización de nuevas tecnologías relacionadas con las telecomunicaciones; cuantas actividades sean precisas para cualquier tipo de emisión por televisión; intermediación en los mercados de derechos audiovisuales; organización, producción y difusión de espectáculos o acontecimientos de cualquier índole.

Megamedia Televisión, S.L.

La empresa Megamedia Televisión, S.L. se constituyó el 17 de mayo de 2013 bajo la denominación de Volare Media, S.L. Con fecha 12 de septiembre de 2013 cambió su denominación por la actual Megamedia Televisión, S.L. Actualmente tiene su domicilio social en la calle Federico Mompou, 5 BIS edificio G de Madrid.

Su objeto social es entre otros, el servicio de producción de programas para televisión e internet, producción y programación de campañas publicitarias y el desarrollo de aplicaciones informáticas.

Supersport Televisión, S.L.

La empresa Supersport Televisión, S.L. se constituyó el 17 de mayo de 2013 bajo la denominación de Volare Sport, S.L. Con fecha 12 de septiembre de 2013 cambió su denominación por la actual Supersport Televisión, S.L. Actualmente tiene su domicilio social en la calle Federico Mompou, 5 en Madrid.

Su objeto social es la producción de programas de televisión e internet, producción y programación de campañas de publicidad y el desarrollo de aplicaciones tecnológicas.

El Desmarque Portal Deportivo, S.L.

La empresa El Desmarque Portal Deportivo, S.L. se constituyó con fecha 3 de octubre de 2006. Tiene su domicilio social en Sevilla, Avenida Menéndez Pelayo, número 20, planta 1.

Tiene como objeto social la información y difusión de hechos y sucesos de la actualidad política, deportiva, cultural, religiosa, económica y social; servicios de producción televisiva a través de los medios de comunicación social, televisión, radio, prensa escrita, internet, informática o telemática

3. Consolidación por integración global (participadas directamente por Publiespaña, S.A.U.)

Publimedia Gestión, S.A.U.

Publimedia Gestión, S.A.U. fue constituida en Madrid el 23 de noviembre de 1999. El domicilio social de la Sociedad se fija en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4. La Sociedad opera en todo el territorio nacional a través de su delegación en Madrid.
La actividad principal de esta Sociedad es la comercialización de espacios publicitarios en medios de difusión o comunicación social.

Actualmente esta sociedad no tiene actividad.

Netsonic, S.L.U.

La empresa Netsonic, S.L.U. tiene como domicilio social en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4.

Su objeto social es la creación de una red de publicidad de video online que unifique la audiencia de países latinoamericanos de grupos de medios tanto internacionales (con audiencia en Latinoamérica) como latinoamericanos propiamente.

En el ejercicio 2017 Publiespaña, S.A.U. adquirió la parte correspondiente a los socios minoritarios alcanzando el 100% de la participación.

SOCIEDADES ASOCIADAS DE MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.

Son entidades sobre las que la Sociedad tiene capacidad para ejercer una influencia significativa (lo que se presupone cuando la participación es, al menos, del 20%) sin control directo.

1. Participación indirecta a través de Telecinco Cinema, S.A.U.

Sociedad	2019	2018	Actividad
Agrupación de Interés Económico Furia de Titanes II, A.I.E. C/ Teobaldo Power, 2-3ºD Santa Cruz de Tenerife	34%	34%	Presentación por cuenta propia o de terceros, de servicios de telecomunicación en cualquier forma y por cualquier medio, conocido o por conocer, de acuerdo con la legalidad en cada momento, la participación en cualquier forma en la creación, producción, distribución y cualquier tipo de explotación de obras audiovisuales, de ficción, animación o documentales.

2. Participación indirecta a través de Publiespaña, S.A.U.

Sociedad	2019	2018	Actividad
Aunia Publicidad Interactiva, S.L. C/Orense, 85 Madrid	50%	50%	Prestación de todo tipo de servicios de comunicación audiovisual.
Adtech Ventures, S.p.A. Via Paleocapa, Pietro 3-Edif. Lexington Milán	50%	50%	Venta, en Italia y en el extranjero, de publicidad en los diferentes medios: prensa, internet, apps, Smart TV, radio, televisiones digitales y otros soportes digitales y sus eventuales evoluciones tecnológicas. Prestación de servicios relativos a la planificación de campañas y eventos tanto en Italia como en otros países. Gestión de campañas en plataformas tecnológicas de venta automatizada de publicidad. Desarrollo o adquisición de tecnologías para la gestión y venta de nuevos formatos publicitarios.

3. Participación indirecta a través de Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

Sociedad	2019	2018	Actividad
Megamedia Televisión, S.L. C/ Federico Mompou, 5 bis 28049 Madrid	-	30%	Creación, desarrollo, producción y explotación de contenidos audiovisuales multimedia.

4. Participación indirecta a través de Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U. (antes Sogecable Editorial, S.L.U.)

Sociedad	2019	2018	Actividad
Producciones Mandarina, S.L. C/ María Tubau, 3 28050 Madrid	30%	30%	Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación comercial.
La Fábrica de la Tele, S.L. C/ Frómista, 5 28050 Madrid	30%	30%	Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación comercial.
Supersport Televisión, S.L. C/ Federico Mompou, 5 Bis 28049 Madrid	-	30%	Producción de programas de naturaleza informativa, particularmente de contenido deportivo.
Bulldog TV Spain, S.L. C/ Orense ,56, 10ºB 28020 Madrid	30%	30%	Producción audiovisual, creación y desarrollo de contenidos audiovisuales en cualquier formato y producción de dichos contenidos a través de cualquier medio de difusión.
Alma Productora Audiovisual, S.L. C/ Alfonso XII, 8, 2º Dcha. 28014 Madrid	30%	30%	Producción y distribución de programas y producciones audiovisuales en cualquier soporte técnico.
Unicorn Content, S.L. Pso. Castellana, 129 Bajo A y B 28046 Madrid	30%	30%	Producción de programas de televisión.
Alea Media, S.A. Avda.Alfonso XIII, 1 28002 Madrid	40%	40%	Creación, desarrollo, producción, adquisición y explotación comercial, en cualquier forma admitida en Derecho, de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales, incluidas las grabaciones audiovisuales.
Melodía Producciones, S.L. (*) C/ Serrano Anguita, 10 28004 Madrid	40%	40%	Creación, desarrollo, producción, adquisición y explotación comercial, de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales, incluidas las grabaciones audiovisuales.
Pagoeta Media, S.L. Avda.Alfonso XIII, 1 28002 Madrid	40%	-	Actividades de grabación de sonido y edición musical.
Alea La Maleta, S.L. Avda. Alfonso XIII,1 28002 Madrid	40%	-	Artes escénicas.

(*) Desde el 10 de octubre de 2018 esta sociedad se encuentra en liquidación.

Estas Sociedades consolidan por el método de la participación dado que el Grupo no posee ni la mayoría accionarial ni el control.

Ninguna de las anteriores Sociedades cotiza en Bolsa.

La Sociedad dominante ha efectuado las comunicaciones correspondientes a las sociedades participadas, según lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital y no existe ningún compromiso por el que se pueda incurrir en contingencias respecto a dichas empresas.

NEGOCIOS CONJUNTOS DE MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

En el ejercicio 2019 el Grupo ha comenzado una nueva inversión en una Unión Temporal de Empresas a través de su sociedad participada Supersport Televisión, S.L.

Sociedad	2019	2018	Actividad
Telefónica Broadcast, S.L.U. – Supersport Televisión, S.L. Unión temporal de empresas Ley 18/1982 Ronda de la Comunicación s/n 28050 Madrid	50%	-	Servicio técnico y de gestión y producción de contenidos para Real Madrid Media.

La integración en los estados financieros consolidados de esta nueva inversión se ha realizado como operación conjunta al considerar que, con base en el acuerdo contractual operante, el Grupo tiene derecho a los activos y obligación respecto a sus pasivos en su porcentaje de participación. En consecuencia esta participación se ha integrado proporcionalmente desde su comienzo en el mes mayo de 2019. Las magnitudes de esta operativa no han tenido un impacto significativo en ninguna de las partidas de los estados financieros consolidados en el ejercicio 2019 tomados en su conjunto.

2. Bases de Presentación y Comparabilidad de las Cuentas Anuales Consolidadas

2.1. Imagen Fiel y Cumplimiento de las Normas Internacionales de Información Financiera

Las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo del ejercicio 2019 han sido formuladas:

- Por los Administradores, en reunión de su Consejo de Administración celebrado el día 26 de febrero de 2020.

- De acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), según han sido adoptadas por la Unión Europea, de conformidad con el Reglamento (CE) nº 1606/2002 del Parlamento Europeo y del Consejo de la Unión Europea.

Adicionalmente, dichas Cuentas Anuales Consolidadas han sido elaboradas:

- Teniendo en consideración la totalidad de los principios y normas contables y de los criterios de valoración de aplicación obligatoria que tienen un efecto significativo en las Cuentas Anuales Consolidadas, así como las alternativas que la normativa permite a este respecto y que se especifican en estas Cuentas Anuales Consolidadas.

- De forma que muestran la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera, consolidados, del Grupo al 31 de diciembre de 2019 y de los resultados de sus operaciones, de los cambios en el Patrimonio Neto y de los Flujos de Efectivo,

consolidados, que se han producido en el Grupo en el ejercicio terminado en dicha fecha.

- A partir de los registros de contabilidad mantenidos por la Sociedad dominante y por las restantes entidades integradas en el Grupo.

La Sociedad es dominante de un Grupo de Sociedades por lo que está obligada a presentar Cuentas Anuales Consolidadas bajo Normas Internacionales de Información Financiera aprobadas por la Unión Europea por ser un Grupo que cotiza en Bolsa.

Dado que los principios contables y criterios de valoración aplicados en la preparación de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo del ejercicio 2019 y 2018 (NIIF-UE) no son exactamente los mismos que los utilizados por las entidades integradas en el mismo (normativa local), en el proceso de consolidación se han introducido los ajustes y reclasificaciones necesarios para homogeneizar entre sí tales principios y criterios y para adecuarlos a las Normas Internacionales de Información Financiera adoptadas en la Unión Europea (NIIF-UE).

Las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo y las Cuentas Anuales de las entidades integradas en el Grupo correspondientes al ejercicio 2019 se encuentran pendientes de aprobación por sus respectivas Juntas Generales de Accionistas, esperándose que se aprueben sin modificaciones.

El Estado del Resultado Global Consolidado se presenta en dos estados, un estado que muestra los componentes del resultado (Cuenta de Resultados Separada Consolidada) y un segundo estado que muestra los componentes de otro resultado global (Estado del Resultado Global Consolidado).

La Cuenta de Resultados Separada Consolidada se presenta por naturaleza de sus gastos.

El Estado de Flujos de Efectivo Consolidado se presenta utilizando el método indirecto.

A la fecha de formulación de estas Cuentas Anuales Consolidadas el Grupo ha aplicado todas las NIIF e interpretaciones que eran de aplicación obligatoria y estaban aprobadas por la Unión Europea (NIIF-UE) y vigentes para los ejercicios iniciados a partir del 1 de enero de 2019.

De acuerdo con la legislación mercantil, se presenta, a efectos comparativos, con cada una de las partidas del Estado de Situación Financiera Consolidado, de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada, del Estado de Resultado Global Consolidado, del Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidado y del Estado de Flujos de Efectivo Consolidado, además de las cifras del ejercicio 2019, las correspondientes al ejercicio anterior. En las notas explicativas también se incluye información cuantitativa del ejercicio anterior, salvo cuando una norma contable específicamente establece que no es necesario.

2.2. Cambios en Políticas Contables

a) Normas e interpretaciones aprobadas por la Unión Europea que son aplicadas por primera vez en este ejercicio

Las políticas contables utilizadas en la preparación de las Cuentas Anuales Consolidadas son las mismas que las aplicadas en las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2018, salvo aquellas que han sido modificadas por la primera aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera.

NIIF 16 Arrendamientos

La NIIF 16 ha reemplazado a la NIC 17 Arrendamientos, CINIIF 4 Determinación de si un contrato contiene un arrendamiento, SIC-15 Arrendamientos operativos - Incentivos y SIC-27 Evaluación de la esencia de las transacciones que adoptan la forma legal de un arrendamiento.

La NIIF 16 establece los principios para el reconocimiento, la valoración, la presentación y la información a revelar de los arrendamientos y requiere que los arrendatarios contabilicen todos los arrendamientos bajo un único modelo similar a la actual contabilización de los arrendamientos financieros.

En la fecha de inicio del contrato, el arrendatario reconocerá un pasivo financiero por los pagos a realizar durante la vida restante del contrato de arrendamiento y un activo que representa el derecho de usar el activo subyacente durante el mismo periodo. Asimismo, los arrendatarios deberán reconocer por separado el gasto por intereses correspondiente al pasivo financiero por el arrendamiento y el gasto por la amortización del derecho de uso.

Los arrendatarios también están obligados a reevaluar el pasivo financiero por el arrendamiento al ocurrir ciertos eventos reconociendo el importe de la reevaluación del pasivo por el arrendamiento como un ajuste al activo por el derecho de uso.

La NIIF 16 es efectiva para los ejercicios que comiencen el 1 de enero de 2019 o posteriormente, permitiéndose su aplicación anticipada. El Grupo ha optado por no aplicar anticipadamente la nueva Norma, habiéndola aplicado por primera vez para el presente ejercicio anual comenzado el 1 de enero de 2019 por el método de transición retroactiva simplificada.

El Grupo solo dispone de arrendamientos operativos en los que es arrendatario, habiendo realizado una evaluación detallada del impacto de esta nueva Norma sobre los Estados Financieros Consolidados a través de las siguientes tareas principales:

- Análisis de los contratos de arrendamiento formalizados por el Grupo con el objetivo de determinar si estos quedan sujetos al alcance de la Norma.

- En relación con el punto anterior, el Grupo se ha acogido a las exenciones en relación con arrendamientos a corto plazo, así como de aquellos en los que el activo subyacente sea de bajo valor conforme a la normativa.

- Identificación y estimación de las tasas de descuento a ser aplicadas a cada uno de los contratos de arrendamiento.

- Análisis del impacto de la Norma en las ratios financieros del Grupo.

De acuerdo a lo anterior, los impactos registrados de la aplicación inicial a 1 de enero de 2019 de la NIIF 16 en los Estados Financieros del Grupo han sido los siguientes, en miles de euros:

	Inmovilizado material por Derechos de Uso	Deuda financiera corriente por Adquisición Inmovilizados por Arrendamiento	Deuda financiera no corriente por Adquisición Inmovilizados por Arrendamiento
Edificios	812	203	609
Vehículos	1.499	605	894
	2.311	**808**	**1.503**

En lo relativo a su clasificación, los activos por derechos de uso han sido clasificados en los epígrafes de los estados financieros de los activos generadores del derecho de uso de haber sido de su propiedad en el epígrafe de “Inmovilizado Material” (Nota 6) y los pasivos financieros han sido clasificados en los epígrafes de “Otros pasivos no corrientes” y “Otras Deudas no Comerciales (Otras Deudas)” del pasivo corriente del Estado de Situación Financiera Consolidado (Nota 17.2).

Adicionalmente, si bien los impactos en el resultado del Grupo son totalmente inmateriales, a continuación se detallan los impactos registrados sobre la Cuenta de Resultados Separada Consolidada a 31 de diciembre de 2019:

- Arrendamientos y Cánones (Otros Gastos): Descenso por importe de 583 miles de euros.

- Amortización de los activos por derechos de uso: Aumento por importe de 878 miles de euros.

- Gasto financiero de los pasivos por arrendamientos: por importe de 5 miles de euros.

En lo referente al Estado de Flujos de Efectivo Consolidado, los pagos por contratos de arrendamientos, desde la implementación de NIIF 16 han pasado a ser clasificados como flujos de actividades de financiación en vez de como flujos de actividades de explotación tal y como se venía haciendo bajo la normativa anteriormente aplicable.

No existe ningún principio contable o criterio de valoración que, teniendo un efecto significativo en los estados financieros resumidos consolidados, se haya dejado de aplicar, incluidas las modificaciones a las NIIF/NIC que han entrado en vigor a 1 de enero de 2019.

Otras modificaciones de NIIF que no han tenido impacto:

Modificación a la NIIF 9 Características de cancelación anticipada por compensación negativa

Esta modificación permite la valoración a coste amortizado de algunos activos financieros cancelables anticipadamente por una cantidad menor que el importe pendiente de principal e intereses sobre dicho principal.

CINIIF 23 Incertidumbre sobre tratamientos fiscales

Esta interpretación clarifica como aplicar los criterios de registro y valoración de la NIC 12 cuando existe incertidumbre acerca de la aceptabilidad por parte de la autoridad fiscal de un determinado tratamiento fiscal utilizado por la entidad.

Modificación a la NIC 28 Interés a largo plazo en asociadas y negocios conjuntos

Esta modificación clarifica que se debe aplicar la NIIF 9 a los intereses a largo plazo en una asociada o negocio conjunto a los que no se aplique el método de puesta en equivalencia.

Modificación a la NIIF 3 Combinaciones de negocios – Ciclo anual de mejoras 2015-2017

Adquisición de control sobre un negocio previamente registrado como operación conjunta.

Modificación a la NIIF 11 Negocios conjuntos – Ciclo anual de mejoras 2015-2017

Adquisición de control conjunto sobre una operación conjunta que constituye un negocio.

Modificación a la NIC 12 Impuesto sobre beneficios – Ciclo anual de mejoras 2015-2017

Registro del impacto fiscal de la retribución de instrumentos financieros clasificados como patrimonio neto.

Modificación a la NIC 23 Costes por intereses – Ciclo anual de mejoras 2015-2017

Capitalización de intereses de financiación pendiente de pago específica de un activo que está listo para su uso.

Modificación a la NIC 19 Modificación, reducción o liquidación de un plan

Clarifica cómo calcular el coste del servicio para el período actual y el interés neto para el resto de un período anual cuando se produce una modificación, reducción o liquidación de un plan de prestación definida.

b) Normas e interpretaciones emitidas por el IASB, pero que no son aplicables en este ejercicio

Para aquellas normas que se estima puedan tener un eventual impacto, la Dirección ha evaluado los potenciales impactos de su aplicación futura y considera que su entrada en vigor no tendrá un efecto significativo. A este respecto, los resultados de la evaluación realizada son los siguientes:

Modificaciones a la NIC 1 y NIC 8 – Definición de "materialidad" (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2020)

Modificaciones a la NIC 1 y NIC 8 para alinear la definición de "materialidad" con la contenida en el marco conceptual.

Modificaciones a la NIIF 9, NIC 39 y NIIF 7 Reforma de los Tipos de Interés de Referencia (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2020)

Modificaciones a la NIIF 8, NIC 39 y NIIF 7 relacionada con la reforma en curso de los índices de referencia.

c) Normas, modificaciones y/o interpretaciones no aprobadas todavía para su uso en la Unión Europea

NIIF 17 Contratos de seguro

Reemplaza a la NIIF 4, recoge los principios de registro, valoración, presentación y desglose de los contratos de seguros con el objetivo de que la entidad proporcione información relevante y fiable que permita a los usuarios de la información financiera determinar el efecto que los contratos de seguros tienen en los estados financieros.

Modificaciones a la NIIF 3 Definición de negocio

Clarificaciones a la definición de negocio.

2.3. Responsabilidad de la Información y Estimaciones Realizadas

La información contenida en estas Cuentas Anuales Consolidadas es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad dominante.

En la elaboración de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio 2019 se han utilizado determinadas estimaciones e hipótesis en función de la mejor información disponible al 31 de diciembre de 2019 sobre los hechos analizados. Es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a modificarlas (al alza o a la baja) en próximos ejercicios, lo que se haría conforme a lo establecido en la NIC 8, de forma prospectiva reconociendo los efectos del cambio de estimación en la correspondiente Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Las estimaciones e hipótesis son revisadas de forma continuada. Las revisiones de las estimaciones contables se reconocen en el periodo en el cual las estimaciones son revisadas si éstas afectan sólo a ese periodo, o en el periodo de revisión y posteriores si la revisión afecta a ambos. La hipótesis clave referente al futuro y las incertidumbres de otras fuentes clave de estimación a la fecha del Estado de Situación Financiera para las que existe un riesgo de causar ajustes de los importes de los activos y pasivos en los próximos ejercicios se describen a continuación.

- Deterioro de activos no financieros

  El Grupo evalúa si existen indicios de deterioro para todos los activos no financieros en cada fecha de cierre. El deterioro del fondo de comercio y otros activos intangibles de vida indefinida es analizado, en su caso, al menos anualmente o en el momento que existiera algún indicio de deterioro. Los activos no financieros se revisan por posible deterioro de su valor cuando los acontecimientos o cambios en las circunstancias indican que el valor en libros pudiera no ser recuperable.

  Si hay evidencia objetiva de que se ha incurrido en una pérdida por deterioro, el importe de la pérdida se valora como la diferencia entre el valor en libros del activo y el valor recuperable del mismo, el cual se calcula como el mayor entre su valor de mercado y el valor actual de los flujos de efectivo futuros estimados descontados a una tasa de descuento apropiada para obtener el valor actual de esos flujos de efectivo.

- Deterioro de activos financieros

  El Grupo evalúa en cada cierre de ejercicio si existen indicios de deterioro de los activos financieros o grupos de activos financieros, incluyendo las participaciones en sociedades contabilizadas por el método de la participación.

  En los activos contabilizados al coste amortizado se reconoce una pérdida, en su caso, cuando hay evidencia objetiva de la misma, reconociéndose a través de una provisión. El importe de la pérdida se valora como la diferencia entre el valor en

libros del activo y el valor actual de los flujos de efectivo futuros estimados descontados al tipo de interés efectivo original del activo financiero.

En los activos financieros disponibles para la venta se registra el deterioro, si lo hubiese, como diferencia entre su coste (neto de cualquier reembolso del principal y amortización) y su valor razonable actual, menos cualquier pérdida por deterioro del valor reconocida previamente en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

- Vida útil de los activos materiales e intangibles

  El Grupo revisa de forma periódica las vidas útiles de sus elementos de inmovilizado material e intangible, ajustando las dotaciones a la amortización de forma prospectiva en caso de modificación de dicha estimación.

- Recuperabilidad de impuestos diferidos de activo

  En el caso de que el Grupo, o una de las sociedades del mismo, presente créditos por impuestos diferidos de activo, se revisan al cierre del ejercicio las correspondientes estimaciones de bases imponibles que se tiene previsto generar en próximos ejercicios, con el fin de evaluar la recuperabilidad de los mismos en función del vencimiento de los créditos por impuestos diferidos en balance y, en su caso, proceder a dotar la corrección valorativa correspondiente si ésta no se encuentra asegurada.

- Provisiones para impuestos y otros riesgos

  El Grupo reconoce una provisión en relación con impuestos y otros riesgos de acuerdo con la política contable descrita en la Nota 4.19 de estas Cuentas Anuales Consolidadas. El Grupo ha realizado juicios y estimaciones en relación con la probabilidad de ocurrencia de dichos riesgos, así como sobre la cuantía de los mismos y ha contabilizado una provisión cuando el riesgo ha sido considerado como probable, estimando el coste que le originaría dicha obligación.

3. Propuesta de Distribución de Resultados de la Sociedad dominante

La propuesta de distribución de resultados de la Sociedad Dominante formulada por los Administradores pendiente de aprobación por la Junta General de Accionistas es la siguiente expresada en miles de euros:

Bases de reparto	
Pérdidas y ganancias (beneficio)	168.918
Total	**168.918**
Aplicación	
Dividendo ordinario	-
Reservas	168.918
Total	**168.918**

Limitaciones para la distribución de dividendos

La Sociedad Dominante está obligada a destinar el 10% de los beneficios del ejercicio a la constitución de la reserva legal, hasta que ésta alcance, al menos, el 20% del capital social. Esta reserva, mientras no supere el límite del 20% del capital social, no es distribuible a los accionistas. A la fecha de elaboración de estas cuentas anuales, la reserva legal está totalmente constituida.

Una vez cubiertas las atenciones previstas por la Ley o los estatutos, sólo podrán repartirse dividendos con cargo al beneficio del ejercicio, o a reservas de libre disposición, si el valor del patrimonio neto no es o, a consecuencia del reparto, no resulta ser inferior al capital social. A estos efectos, los beneficios imputados directamente al patrimonio neto no podrán ser objeto de distribución, directa ni indirecta. Si existieran pérdidas de ejercicios anteriores que hicieran que ese valor del patrimonio neto de la Sociedad dominante fuera inferior a la cifra del capital social, el beneficio se destinará a la compensación de estas pérdidas.

El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante en su reunión del 27 de febrero de 2019 ha acordado destinar el resultado a las Reservas de Libre disposición de la Sociedad que se encuentran registradas dentro del epígrafe de “Otras reservas”.

4. Normas de Valoración

Las principales normas de valoración aplicadas en la preparación de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo son las que se describen a continuación:

4.1. Principios de Consolidación

Los Estados Financieros Consolidados comprenden los Estados Financieros de la Sociedad dominante y sus sociedades dependientes al 31 de diciembre de 2019. Se obtiene control cuando el Grupo se encuentra expuesto, o tiene derechos, a los rendimientos variables derivados de su implicación en una subsidiaria y tiene la posibilidad de influir en dichos rendimientos a través del ejercicio de su poder sobre la subsidiaria. Concretamente, el Grupo controla una subsidiaria si, y solo si, el Grupo tiene:

- Poder sobre la subsidiaria (derechos existentes que le dan la facultad de dirigir las actividades relevantes de la subsidiaria).

- Exposición, o derechos, a los rendimientos variables derivados de su involucración en la subsidiaria.

- Puede influir en dichos rendimientos mediante el ejercicio de su poder sobre la subsidiaria.

Generalmente, existe la presunción de que la mayoría de derechos de voto suponen el control. Para apoyar esta presunción y cuando el Grupo no dispone de la mayoría de los derechos de voto, o derechos similares, de la subsidiaria, el Grupo considera

todos los hechos y circunstancias relevantes para evaluar si tiene poder sobre la misma, lo cual incluye:

- Acuerdos contractuales con otros propietarios sobre los derechos de voto de la subsidiaria.
- Derechos surgidos de otros acuerdos contractuales.
- Derechos de voto potenciales del Grupo.

El Grupo realiza una reevaluación sobre si tiene o no tiene control sobre una subsidiaria si los hechos y circunstancias indican que existen cambios en uno o más de los elementos que determinan control. La consolidación de una subsidiaria comienza en el momento en que el Grupo obtiene control sobre la misma y finaliza cuando el Grupo pierde el control sobre la subsidiaria. Los activos, pasivos, ingresos y gastos de una subsidiaria que se ha adquirido o enajenado durante el ejercicio se incluyen en los Estados Financieros Consolidados desde la fecha en la que el Grupo obtiene control o hasta la fecha en la que el Grupo pierde el control.

Los beneficios o pérdidas y cada uno de los componentes de otro resultado global son atribuidos a los propietarios de las acciones de la Sociedad Dominante del Grupo y a los socios externos incluso si ello implica que los socios externos pasen a tener un saldo deudor. Cuando se considera necesario se realizan ajustes a los Estados Financieros de las subsidiarias para que las políticas contables de las mismas sean coincidentes con las aplicadas por el Grupo. Todos los activos, pasivos, patrimonio neto, ingresos, gastos y flujos de efectivo derivados de transacciones entre sociedades del Grupo se eliminan de forma íntegra en el proceso de consolidación.

Una variación en el porcentaje de participación en una subsidiaria, sin pérdida del control, se registra como una transacción con instrumentos de patrimonio.

Cuando el Grupo pierde el control de una subsidiaria, da de baja los activos relacionados (incluyendo el fondo de comercio), los pasivos relacionados, las participaciones no dominantes y los otros componentes del patrimonio neto, registrando cualquier beneficio o pérdida en el resultado del ejercicio. Cualquier inversión que se mantenga en la antigua subsidiaria se reconocerá a valor razonable.

Todos los elementos que componen el activo material e intangible están ligados a la producción y obtención de ingresos de la actividad del negocio.

4.2. Conversión de estados financieros de sociedades extranjeras

Las Cuentas Anuales Consolidadas se presentan en euros, que es la moneda funcional y de presentación del Grupo. Cada entidad del Grupo determina su propia moneda funcional y los elementos incluidos en los Estados Financieros de cada entidad se registran utilizando esta moneda funcional cuando es de aplicación. En su caso, las partidas del Estado de Situación Financiera y de la Cuenta de Resultados de las sociedades extranjeras incluidas en la consolidación se convierten aplicando el método de tipo de cambio de cierre según el cual la conversión implica:

- Todos los bienes, derechos y obligaciones se convierten utilizando el tipo de cambio vigente en la fecha de cierre de las cuentas de las sociedades extranjeras.
- Las partidas de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada se convierten utilizando un tipo de cambio medio del ejercicio.

En su caso, la diferencia entre el importe del patrimonio neto de las sociedades extranjeras, incluido el saldo de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada conforme al apartado anterior, convertidos al tipo de cambio histórico y la situación patrimonial neta que resulta de la conversión de los bienes, derechos y obligaciones conforme al apartado primero anterior, se registra con el signo negativo o positivo que le corresponda en el patrimonio neto del Estado de Situación Financiera Consolidado.

4.3. Partes Vinculadas

El epígrafe correspondiente que aparece en el Estado de Situación Financiera Consolidado incluye los saldos con accionistas significativos y empresas asociadas. El resto de saldos generados por operaciones vinculadas con los miembros del Consejo de Administración y personal directivo clave se clasifican en los epígrafes del Estado de Situación Financiera Consolidado correspondientes.

4.4. Clasificación de Activos y Pasivos entre Corrientes y No Corrientes

En el Estado de Situación Financiera Consolidado adjunto, los activos y pasivos se clasifican en función de sus vencimientos, es decir, como corrientes, aquellos con vencimiento igual o inferior a doce meses y como no corrientes los de vencimiento superior a dicho período.

En el caso de los derechos audiovisuales, están incluidos en su totalidad en el activo no corriente, desglosándose en la Nota 8, aquellos que el Grupo espera consumir en un período inferior a doce meses.

4.5. Inmovilizado Material

Los bienes comprendidos en el inmovilizado material se encuentran valorados bajo el modelo de coste, el cual incluye el precio de adquisición de los bienes más los gastos adicionales que se producen hasta la puesta en condiciones de funcionamiento de los mismos. Los elementos del inmovilizado material se valoran al menor del precio de adquisición o valor recuperable.

Las reparaciones que no presentan una ampliación de la vida útil y los gastos de mantenimiento son cargados directamente a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

La amortización del inmovilizado material se calcula sistemáticamente por el método lineal en función de la vida útil de los respectivos bienes, atendiendo a la depreciación efectivamente sufrida por su funcionamiento, uso y disfrute.

Los coeficientes de amortización utilizados en el cálculo de la depreciación experimentada por los elementos que componen el inmovilizado material son los siguientes:

	Coeficiente
Construcciones	3 %
Maquinaria técnica TV	20 %
Instalaciones	10 %
Utillaje	20 %
Mobiliario	10 %
Equipos para procesos de información	25 %
Elemento de transporte	14-15 %
Otro Inmovilizado	20 %

4.6. Inmovilizado intangible

Los activos intangibles se contabilizan por su coste. El coste de los activos intangibles en una combinación de negocios es el valor razonable a la fecha de adquisición. Después del reconocimiento inicial, los activos intangibles se registran al coste menos su amortización acumulada y las pérdidas por deterioro acumuladas existentes. Un activo intangible se reconocerá, si y solo sí, es probable que genere beneficios futuros al Grupo y que su coste pueda ser valorado de forma fiable.

- Gastos de Desarrollo

  Los gastos de desarrollo corresponden exclusivamente a proyectos de aplicaciones informáticas que hayan alcanzado la etapa de desarrollo. Se valoran por su coste y se imputan a proyectos específicos hasta el momento de su finalización, siempre que esté razonablemente asegurada la financiación necesaria para la terminación y existan motivos fundados sobre el éxito técnico en la realización de los mismos.

- Concesiones, patentes y marcas

  Corresponde principalmente a la propiedad industrial de las licencias de uso y las concesiones de los canales de televisión.

  La marca “Cuatro” así como la licencia de operación del multiplex de “Cuatro” fueron identificadas en el proceso de distribución del precio de adquisición del Grupo Sogecuatro. La vida útil de la marca “Cuatro” se ha estimado en 20 años.

  La licencia se considera como un activo intangible de vida útil indefinida. Los activos intangibles con vida útil indefinida no se amortizan, sino que se realiza al menos anualmente, o cuando haya indicios de deterioro, un test de deterioro.

- Aplicaciones Informáticas

  Se incluyen bajo este concepto los importes satisfechos por el acceso a la propiedad o por el derecho de uso de programas informáticos. Los gastos de

mantenimiento de estas aplicaciones informáticas se imputan directamente como gasto del ejercicio en que se producen.

Se amortizan en el plazo de tres años desde el comienzo de su uso.

4.7. Derechos Audiovisuales

4.7.1. Derechos de Producción Ajena

Consisten principalmente en derechos audiovisuales adquiridos por un periodo superior al ejercicio económico. Se registran a su precio de adquisición y se recogerá el valor individual de cada derecho. Si su adquisición se realiza por paquetes cerrados en los que no se detalla el valor individual de cada derecho audiovisual, la asignación de valores individuales se calcula a partir de una ponderación equivalente al coste de adquisición de derechos audiovisuales de similar tipo y categoría a aquellos que se hubiesen comprado individualmente.

El coste de los derechos audiovisuales adquiridos en una combinación de negocios es el valor razonable a la fecha de adquisición.

El derecho se registra en el momento en el que es aceptado el material para su emisión según contrato o en la fecha en que inicia derechos, si ésta fuera anterior a aquélla. En el caso de tratarse de varios derechos asociados a un mismo contrato cuya aceptación se produzca en un mismo ejercicio pero en fechas diferentes, el Grupo registra el alta de los derechos del contrato en la fecha en la que el primero de ellos es aceptado para su emisión o en la fecha en que inicia derechos, si ésta fuera anterior a aquélla.

Su imputación a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada se realiza en el epígrafe de consumo de derechos y se lleva a cabo en función del número de pases emitidos, según el siguiente criterio:

1. Películas y “TV Movies” (productos no seriados)

   1.1. Derechos de 2 pases según contrato:

   Primer pase: 50% sobre coste de adquisición.
   Segundo pase: 50% sobre coste de adquisición.

   1.2. Derechos de 3 o más pases según contrato:

   Primer pase: 50% sobre coste de adquisición.
   Segundo pase: 30% sobre coste de adquisición.
   Tercer pase: 20% sobre coste de adquisición.

2. Resto de productos (seriados)

Derechos de 2 o más pases según contrato:

Primer pase: 50% sobre coste de adquisición.
Segundo pase: 50% sobre coste de adquisición.

En caso de venta de un pase a terceros, el valor del pase calculado según los porcentajes arriba indicados se amortiza en función de la capacidad de distribución territorial de señal de la televisión compradora, reconociéndose un coste de ventas en función de los ingresos generados en el territorio de venta del pase y practicándose ajustes al valor no vendido del pase de que se trate.

A estos derechos se les practica ajustes de valor en los casos necesarios, según se detalla en la Nota 4.11.

4.7.2. Derechos de Producciones Propias de Producto Seriado

Recoge aquellas producciones en las que el Grupo, a partir de la propiedad de las mismas, podrá proceder, tanto a su emisión como a su comercialización posterior.

El valor de éstas incluye tanto los costes incurridos directamente por el Grupo como los importes facturados por terceros.

El coste de los derechos audiovisuales adquiridos en una combinación de negocios es el valor razonable a la fecha de adquisición.

El valor residual, estimado en un 2% del coste total, se amortiza linealmente en un periodo de 3 años desde la disponibilidad de las producciones, salvo en el caso de venta de estos derechos a terceros durante el período de amortización, en cuyo caso se aplica el valor residual a los ingresos por dicha venta.

Su imputación a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada se realiza en el epígrafe de consumo de derechos y se lleva a cabo en función del número de pases emitidos, según el siguiente criterio:

- Producción seriada de duración inferior a 60 minutos y/o emisión diaria.

  Primer pase: 100% del valor amortizable.

- Producción seriada de duración igual o superior a 60 minutos y/o emisión semanal.

  Primer pase: 90% del valor amortizable.
  Segundo pase: 10% del valor amortizable, excepción hecha de los pases promocionales.

A estos derechos se les practica ajustes de valor en los casos necesarios, según se detalla en la Nota 4.11.

4.7.3. Derechos de Distribución

Recoge los derechos adquiridos por el Grupo para su explotación en todas las ventanas en territorio español.

El coste del derecho es el que se estipula en contrato. Su imputación como consumo de derechos se lleva a cabo en función del patrón esperado de consumo en cada una de las ventanas en las que se explota el derecho, así como sobre la base de las audiencias estimadas en cada una de las ventanas.

En el momento en el que se inicia el derecho o la emisión en abierto, éste se reclasifica a la cuenta de derechos de producción ajena.

En la ventana de televisión en abierto la imputación a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada en el epígrafe de consumo de derechos es consistente con la establecida para los derechos de propiedad audiovisual, según lo explicado en el epígrafe correspondiente de estas Notas.

4.7.4. Derechos de Coproducciones

Recoge los derechos adquiridos por el Grupo en régimen de coproducción para su explotación en todas las ventanas.

El coste del derecho es el que se estipula en contrato. La imputación como consumo de estos derechos se lleva a cabo en función del patrón esperado de consumo en cada una de las ventanas en las que se explota el derecho, así como sobre la base de las audiencias estimadas en cada una de las ventanas.

En el momento en el que se inicia el derecho o la emisión en abierto, este se reclasifica a la cuenta derechos de producciones propias.

En la ventana de televisión en abierto la imputación a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada en el epígrafe de consumo de derechos es consistente con la establecida para los derechos de propiedad audiovisual, según lo explicado en el epígrafe correspondiente de estas Notas.

4.7.5. Masters y Doblajes

Corresponde respectivamente a los materiales soporte de los derechos audiovisuales y al coste de los trabajos de doblaje que hubieran de llevarse a cabo sobre las versiones originales.

Se valoran a su coste de adquisición y su imputación como consumo se realiza en la misma proporción que los derechos audiovisuales a los que están asociados.

4.7.6. Derechos de Retransmisión

Los costes correspondientes a derechos de retransmisiones deportivas se contabilizan por el coste estipulado en contrato en el epígrafe "Aprovisionamientos" de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada. Dicha imputación se realiza en el momento en que cada evento es retransmitido. Los importes anticipados se registran en el Estado de Situación Financiera Consolidado dentro del epígrafe "Otros activos corrientes".

4.8. Combinaciones de negocio y Fondo de Comercio

Las combinaciones de negocios se contabilizan mediante la aplicación del método de adquisición. El coste de la combinación de negocio es la suma de la contraprestación transferida, valorada al valor razonable a la fecha de adquisición, y el importe de los socios externos de la adquirida, si hubiera. Para cada combinación de negocios la adquirente valorará cualquier participación no dominante en la adquirida por el valor razonable o por la parte proporcional de la participación no dominante de los activos netos identificables de la adquirida. Los costes relacionados con la adquisición se registran como gastos en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Cuando el Grupo adquiere un negocio, clasificará o designará los activos identificables adquiridos y pasivos asumidos según sea necesario sobre la base de los acuerdos contractuales, condiciones económicas, sus políticas contables y de explotación y otras condiciones pertinentes que existan en la fecha de adquisición.

Si la combinación de negocios es realizada por etapas, el Grupo valorará nuevamente sus participaciones en el patrimonio de la adquirida previamente mantenidas por su valor razonable en la fecha de adquisición y reconocerá las ganancias o pérdidas resultantes, si las hubiera, en Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Cualquier contraprestación contingente que el Grupo transfiere se reconocerá a valor razonable a la fecha de adquisición. Cambios posteriores en el valor razonable de contraprestaciones contingentes clasificadas como un activo o un pasivo se reconocerán registrándose cualquier ganancia o pérdida resultante en Cuenta de Resultados Separada Consolidada o en otro resultado global. Si la contraprestación contingente es clasificada como patrimonio, no deberán valorarse nuevamente y su liquidación posterior deberá contabilizarse dentro del Patrimonio Neto.

El Fondo de Comercio se valora inicialmente a su coste. El Fondo de Comercio es el exceso de la suma de la contraprestación transferida y el importe de los socios externos registrados sobre el valor neto de los activos adquiridos y los pasivos asumidos. Si el valor razonable de los activos netos adquiridos excede al valor de la contraprestación transferida, el Grupo realiza una nueva evaluación para asegurarse de que se han identificado correctamente todos los activos adquiridos y todas las obligaciones asumidas y revisa los procedimientos aplicados para realizar la valoración de los importes reconocidos en la fecha de adquisición. Si esta nueva

evaluación resulta en un exceso del valor razonable de los activos netos adquiridos sobre el importe agregado de la consideración transferida, la diferencia se reconoce como beneficio en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Tras el reconocimiento inicial, el fondo de comercio se valora a su coste menos las pérdidas por deterioro de valor acumuladas. Se realizan las pruebas de deterioro del valor del fondo de comercio anualmente, o con más frecuencia si los acontecimientos o cambios en las circunstancias indican que el valor en libros puede estar deteriorado.

Para el propósito del test de deterioro, el fondo de comercio adquirido en una combinación de negocios es, desde la fecha de adquisición, asignado a cada Unidad Generadora de Efectivo del Grupo o grupo de unidades generadoras de efectivo que se espera se beneficiarán de las sinergias de la combinación, independientemente de cualquier otro activo o pasivo del Grupo asignado a estas unidades o grupos de unidades.

El deterioro del Fondo de Comercio se determina evaluando el importe recuperable de la unidad generadora de efectivo o grupo de unidades, con las que se relaciona el Fondo de Comercio. Si el importe recuperable de la unidad o unidades generadoras de efectivo es menor que su valor en libros, el Grupo registra una pérdida por deterioro.

Las pérdidas correspondientes a deterioro del Fondo de Comercio no pueden ser objeto de reversión en periodos futuros.

Si se ha distribuido Fondo de Comercio a una unidad generadora de efectivo y la entidad enajena o dispone por otra vía de una actividad dentro de esa unidad, el Fondo de Comercio asociado a la actividad se incluirá en el importe en libros de la actividad cuando se determine el resultado procedente de la enajenación o disposición por otra vía, y se valorará a partir de los valores relativos de la actividad enajenada o dispuesta por otra vía y de la parte de la unidad generadora de efectivo que se siga manteniendo.

4.9. Inmovilizaciones Financieras en empresas por el método de la participación y operaciones conjuntas

MÉTODO DE LA PARTICIPACIÓN

Se aplica el método de la participación a aquellas sociedades en las que el Grupo ejerce una influencia significativa, directa o indirectamente, a través de la posesión de un 20% o más del poder de voto en la participada.

La inversión en una participada se registrará inicialmente al coste, y se incrementará o disminuirá su importe en el porcentaje de participación de su Patrimonio Neto, después de la fecha de adquisición.

El valor en el Estado de Situación Financiera Consolidado de estas participaciones incluye, en su caso, el fondo de comercio puesto de manifiesto en la adquisición de las mismas.

Se reconoce en el resultado del ejercicio el porcentaje que le corresponda de los resultados de la participada. Cuando haya un cambio que la asociada reconoce directamente en su Estado de Resultado Global Consolidado, el Grupo reconoce su participación en dicho cambio y lo desglosa, cuando sea aplicable, en el Estado de Resultado Global Consolidado.

Los dividendos recibidos de las participaciones reducen el importe en libros de la inversión.

Una vez que se ha aplicado el método de la participación y reconocido el valor de la asociada, en el caso de que existiera indicios del deterioro de valor de la inversión se procederá a la realización de los análisis y pruebas del posible deterioro de valor pertinente para registrar, en el ejercicio en que se detecte, el impacto de la pérdida de valor en la inversión.

Si la porción que le corresponde al Grupo en las pérdidas de la asociada iguala o excede a la inversión que tiene en la misma, dejará de reconocer la parte que le pudiera corresponder en las pérdidas adicionales a estos efectos, la inversión en la asociada será igual al importe en libros calculado según el método de la participación al que se le añadirá el importe de cualquier otra partida que, por su fondo económico, forme parte de la inversión neta del inversor en la asociada. Las pérdidas que se reconozcan, según el método de la participación, por encima de la inversión que el Grupo haya efectuado en acciones ordinarias, se aplicarán a deducir los otros componentes de la inversión en la asociada, en orden inverso a su grado de prelación (es decir, a su prioridad en caso de liquidación).

Si se deja de tener influencia significativa en la entidad asociada, el Grupo valora y reconoce la inversión mantenida a su valor razonable. Cualquier diferencia entre el valor en libros de la entidad asociada en el momento de la pérdida de la influencia significativa y el valor razonable de la inversión mantenida se reconoce en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Adicionalmente, se realiza la reclasificación a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada de los importes registrados en las cuentas de reservas reciclables de asociadas, y se registra la inversión en dicha sociedad dentro del epígrafe de Activos Financieros no corrientes del Estado de Situación Financiera Consolidado.

OPERACIONES CONJUNTAS

Se consideran operaciones conjuntas aquellas en las que, basándose en un acuerdo contractual, se tiene derecho a los activos y obligaciones respecto a los pasivos. Estas participaciones se integran proporcionalmente.

4.10. Activos Financieros

Desde 1 de enero de 2019, el Grupo clasifica sus activos financieros en las siguientes categorías de valoración:

- aquellos que se valoran a coste amortizado, y
- aquellos que se valoran con posterioridad a valor razonable (ya sea con cambios en resultados o en otro resultado global).

i) Clasificación

La clasificación depende del modelo de negocio de la entidad para gestionar los activos financieros y de los términos contractuales de los flujos de efectivo.

Para los activos valorados a valor razonable, las ganancias y pérdidas se registrarán en resultados o en Patrimonio. Para las inversiones en instrumentos de patrimonio que no están categorizadas como Inversiones contabilizadas por el método de la participación, su registro dependerá de si el Grupo realizó una elección irrevocable en el momento del reconocimiento inicial para contabilizar la inversión en patrimonio a valor razonable con cambios en otro resultado global.

ii) Reconocimiento y baja en cuentas

Las compras y ventas convencionales de activos financieros se reconocen en la fecha de negociación, la fecha en que el Grupo se compromete a comprar o vender el activo. Los activos financieros se dan de baja en cuentas cuando expiran o se ceden los derechos a recibir flujos de efectivo de los activos financieros y el Grupo ha transferido sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad.

iii) Valoración

El Grupo cuenta con activos financieros que se valoran a coste amortizado y a valor razonable. Para aquellos activos que se valoran a coste amortizado, el Grupo valora dichos activos financieros en el momento de reconocimiento inicial a su valor razonable más, los costes de la transacción que sean directamente atribuibles a la adquisición del activo financiero.

Instrumentos de deuda

Los instrumentos de deuda están compuestos por flujos de efectivo contractuales que representan sólo pagos de principal e intereses. La valoración posterior de estos instrumentos de deuda es a coste amortizado. Los ingresos por intereses de estos activos financieros se incluyen en ingresos financieros de acuerdo con el método del tipo de interés efectivo. Cualquier ganancia o pérdida que surja cuando se den de baja se reconoce directamente en el resultado del ejercicio y se presenta en otras ganancias / (pérdidas) junto con las ganancias y pérdidas por diferencias de cambio.

Las pérdidas por deterioro del valor se presentan como una partida separada en el estado de resultados.

Instrumentos de patrimonio

Las inversiones en instrumentos de patrimonio que están fuera del perímetro de consolidación por no ejercer ni control ni influencia significativa se valoran inicial y posteriormente a valor razonable. Los cambios de valor razonable posteriores se reconocen de forma irrevocable en patrimonio neto no permitiendo la imputación posterior a resultados. Dichos activos financieros correspondientes a inversiones en instrumentos de patrimonio están registrados dentro del epígrafe Activos Financieros no corrientes (Nota 11).

4.11. Deterioro en el Valor de Activos no Corrientes

4.11.1. Activos no financieros

El Grupo evalúa regularmente, y al menos en cada cierre de ejercicio, si hay indicios de que los activos o las Unidades Generadoras de Efectivo puedan estar deteriorados. Si existe algún indicio, o cuando la normativa contable requiere una prueba anual de deterioro, el Grupo realiza una estimación del importe recuperable del activo o de las unidades generadoras de efectivo. El importe recuperable de un activo o Unidades Generadoras de Efectivo es el mayor entre el valor razonable menos los costes necesarios para la venta del activo y su valor en uso.

Al evaluar el valor en uso, las entradas de efectivo futuras se descuentan a valor actual utilizando una tasa de descuento que refleje la evaluación del valor del dinero en el tiempo en el mercado actual y los riesgos específicos del activo o Unidad Generadora de Efectivo. Para la determinación del valor razonable menos los costes estimados para la venta se han realizado cálculos de acuerdo con modelos de valoración u otros indicadores disponibles del valor razonable.

Para los activos que no generan flujos de efectivo que sean independientes de las de otro activo o grupo de activos, el importe recuperable se determina para las Unidades Generadoras de Efectivo a las cuales pertenezcan dichos activos.

Cuando el valor en libros de un activo o de una Unidad Generadora de Efectivo excede su importe recuperable, el activo se considera deteriorado y se reduce su valor en libros hasta su importe recuperable. Las pérdidas por deterioro se reconocen en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Se evalúa en cada cierre de ejercicio si hay indicios de que pérdidas por deterioro previamente reconocidas pudieran ya no existir o pudieran haberse reducido. Si ese es el caso, el Grupo realiza una estimación del importe recuperable. Excepto en el caso del Fondo de Comercio, una pérdida por deterioro previamente reconocida puede ser revertida si hubiera un cambio en las causas que la determinaron. Dicha reversión se reconocerá en la Cuenta

de Resultados Separada Consolidada. El importe incrementado no puede exceder al importe que le correspondería, neto de amortización, de no haberse reconocido dicho deterioro del activo.

Fondo de Comercio y Activos intangibles

La prueba de deterioro para el fondo de comercio y los activos de vida útil indefinida se realiza evaluando el valor recuperable de cada Unidad Generadora de Efectivo (o grupo de Unidades Generadoras de Efectivo) asociadas a los mismos. Si el importe recuperable de las Unidades Generadoras de Efectivo es menor que su valor en libros, se registra una pérdida por deterioro. Al 31 de diciembre de 2019 el importe recuperable de dichas Unidades excede el valor en libros (Nota 9).

4.11.2. Activos financieros

Los activos financieros valorados al coste amortizado y los importes pendientes de cobro a clientes están sujetos a lo dispuesto en la nueva NIIF 9 en materia de deterioro de valor. Esto requiere el registro, en la fecha de reconocimiento inicial de los activos financieros, de la pérdida esperada que resulte de un evento de "default" durante los próximos 12 meses o durante toda la vida del contrato, dependiendo de la evolución del riesgo de crédito del activo financiero desde su reconocimiento inicial en balance o por la aplicación de los modelos "simplificados" permitidos por la norma para algunos activos financieros.

Los instrumentos financieros de activo más significativos del Grupo se corresponden, principalmente, con las cuentas por cobrar con clientes terceros por la venta de publicidad en los distintos canales de televisión en abierto en las distintas plataformas webs con las que cuenta el Grupo. El Grupo lleva a cabo las estimaciones de la pérdida esperada con base en el riesgo de crédito de dichos activos financieros basándose en datos históricos de morosidad.

El Grupo aplica, para aquellos activos donde es posible, el enfoque simplificado de la pérdida esperada de los instrumentos financieros de activo.

4.12. Existencias

En los programas de producción propia, el coste de producción se determina considerando todos los costes imputables al producto en los que incurre el Grupo. El coste de las existencias adquiridas en una combinación de negocios es el valor razonable a la fecha de adquisición. Así mismo se incluyen los anticipos pagados por programas.

Se cargan en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada en el momento de su emisión.

4.13. Efectivo y otros equivalentes de efectivo

El efectivo y otros medios líquidos equivalentes comprenden el efectivo en caja, bancos y los depósitos a corto plazo con una fecha de vencimiento original de tres meses o inferior.

4.14. Subvenciones

Estos importes recibidos de organismos oficiales se reconocen en el momento en que se reciben, aceptando las condiciones inherentes a dicha asignación.

La diferencia entre el valor nominal del importe recibido y el valor razonable del mismo se trata como una minoración del activo financiado, imputándose a resultados de acuerdo a un criterio financiero.

4.15. Acciones Propias

Los instrumentos de patrimonio propio readquiridos (acciones propias) se reconocen a su coste y se deducen del Patrimonio Neto. No se reconoce en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada, ninguna pérdida o ganancia derivada de la compra, venta, emisión o cancelación de los instrumentos propios de la sociedad dominante. Los derechos de voto relativos a las acciones propias quedan anulados y no se les asigna ningún dividendo.

4.16. Pasivos Financieros

Los pasivos financieros se reconocen inicialmente a su valor razonable menos los costes de la transacción atribuibles. Posteriormente a su reconocimiento inicial, los pasivos financieros se contabilizan a su coste amortizado, siendo la diferencia entre el coste y el valor de rescate registrada en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada sobre el periodo de duración del préstamo utilizando el método de la tasa de interés efectivo.

Los pasivos con vencimiento inferior a 12 meses contados a partir de la fecha del Estado de Situación Financiera Consolidado se clasifican como corrientes, mientras que aquellos con vencimiento superior se clasifican como no corrientes.

4.17. Instrumentos Financieros Derivados

Las coberturas de flujos de efectivo son coberturas de la exposición a la variación en los flujos de efectivo que es atribuible a un riesgo concreto asociado a un activo o pasivo reconocido o a una transacción prevista altamente probable y puede afectar a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Los derivados se reconocen inicialmente al valor razonable en la fecha en que se firma el contrato de derivados y posteriormente se vuelven a valorar a su valor razonable en la fecha de cada balance. La contabilización de los cambios posteriores

en el valor razonable depende de si el derivado se ha designado como un instrumento de cobertura y, si es así, de la naturaleza de la partida que está cubriendo.

El Grupo utiliza determinados derivados financieros para gestionar su exposición a las variaciones de tipos de cambio. En los ejercicios 2019 y 2018 los derivados no son significativos (Notas 13.1 y 13.2).

Los derivados de tipo de cambio de que dispone el Grupo al 31 de diciembre de 2019 se consideran instrumentos de negociación registrándose el efecto de las diferencias de valoración en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Por otra parte, el Grupo mantiene a 31 de diciembre de 2019 derivados relacionados con instrumentos de patrimonio por opciones sobre inversiones financieras (Notas 11 y 13.2) valorados a valor de mercado a la fecha de contratación y cuyos cambios de valor se registran en el Patrimonio Neto Consolidado.

Asimismo, los valores razonables de los instrumentos financieros derivados se clasifican como activo o pasivo corriente y no corriente y se desglosan en la Nota 13.2.

4.18. Bajas de activos y pasivos financieros

4.18.1.Activos financieros

Un activo financiero (o, cuando sea aplicable, una parte del activo financiero o una parte de un grupo de activos financieros similares) se da de baja cuando:

- Los derechos a recibir flujos de efectivo del activo han vencido.
- El Grupo retiene el derecho a recibir flujos de efectivo del activo, pero ha asumido la obligación de pagarlos completamente sin retrasos a una tercera parte bajo un acuerdo de traspaso.
- El Grupo ha transferido sus derechos a recibir flujos de efectivo del activo y bien (a) ha transferido sustancialmente todos los riesgos y beneficios del activo, o (b) no ha transferido ni retenido sustancialmente todos los riesgos y beneficios del activo, pero ha transferido el control sobre el activo.

Cuando el Grupo ha transferido sus derechos de recibir flujos de efectivo de un activo y no ha transferido ni retenido sustancialmente todos los riesgos y beneficios del activo, y tampoco ha transferido el control del activo, el Grupo continuará reconociendo el activo en la medida en que se mantenga involucrado con el mismo. La involucración continuada que toma la forma de garantía sobre el activo cedido se valora al menor entre el valor en libros original del activo y el importe máximo de la contraprestación recibida que la entidad podría ser requerida a devolver.

4.18.2.Pasivos financieros

Un pasivo financiero se da de baja cuando la obligación correspondiente se liquida, cancela o vence.

El Grupo contabilizará los intercambios de instrumentos de deuda con un prestamista, siempre que los instrumentos tengan condiciones sustancialmente diferentes, como una cancelación del pasivo financiero original y consiguiente reconocimiento de un nuevo pasivo financiero. De manera similar, una modificación sustancial de las condiciones de un pasivo financiero existente o de una parte del mismo se contabilizará como una cancelación del pasivo financiero original y consiguiente reconocimiento de un nuevo pasivo financiero. La diferencia entre el importe en libros del pasivo financiero que se haya cancelado y la contraprestación pagada, en la que se incluirá cualquier activo transferido distinto de efectivo o cualquier pasivo asumido, se reconocerá en el resultado del ejercicio.

En el caso de que se determine que los nuevos términos o modificaciones de un pasivo financiero no sean sustancialmente distintos a los existentes y por lo tanto se determine que la modificación no es sustancial, el pasivo financiero existente no se dará de baja en cuentas. El Grupo recalculará el importe en libros bruto del pasivo financiero y reconocerá en el resultado del ejercicio una pérdida o ganancia por modificación. El importe en libros bruto del pasivo financiero se volverá a calcular como el valor actual de los flujos de efectivo contractuales renegociados o modificados descontados al tipo de interés efectivo original del pasivo financiero.

4.19. Provisiones para Riesgos y Gastos

Las provisiones se reconocen en el Estado de Situación Financiera Consolidado cuando el Grupo tiene una obligación presente (ya sea legal o implícita) como resultado de sucesos pasados y que es probable que se requiera la salida de recursos que incorporen beneficios económicos futuros para el pago de la misma. Los importes reconocidos como provisiones representan la mejor estimación de los pagos requeridos para compensar el valor presente de estas obligaciones a la fecha del Estado de Situación Financiera Consolidado.

Las provisiones se revisan a la fecha de cierre de cada ejercicio y son ajustadas con el objetivo de reflejar la mejor estimación actual del pasivo correspondiente en cada momento.

En el caso de que el efecto temporal del dinero sea significativo, las provisiones se determinan mediante el descuento de las futuras salidas de tesorería esperadas utilizando tipos de interés de mercado. Cuando se utilice el método del descuento, el incremento de la provisión originado por el paso del tiempo se reconoce como un gasto por intereses.

4.20. Impuesto sobre Sociedades

La sociedad dominante Mediaset España Comunicación, S.A. presenta el Impuesto sobre Sociedades en base consolidada con las siguientes sociedades filiales:

- Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.
- Telecinco Cinema, S.A.U.
- Publiespaña, S.A.U.
- Publimedia Gestión, S.A.U.
- Mediacinco Cartera, S.L.U.
- Conecta 5 Telecinco, S.A.U.
- Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U. (antes Sogecable Editorial, S.L.U.)
- Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.)
- Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U. (antes Concursos Multiplataformas, S.A.U.)
- Netsonic, S.L.U.

Durante el ejercicio 2019 no se han producido variaciones en el grupo de consolidación fiscal.

Durante el ejercicio 2018 se produjo la siguiente variación en el grupo de consolidación fiscal:

Alta en el grupo de consolidación fiscal por compra en 2017 del porcentaje minoritario de Netsonic, S.L.U. (sociedad íntegramente participada por Publiespaña, S.A.U. que a su vez está íntegramente participada por Mediaset España Comunicación, S.A.).

El gasto por impuesto del ejercicio se reconoce en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada, excepto en aquellos casos en los que eventualmente se relaciona con partidas que se registran directamente en el Estado de Resultado Global Consolidado o en el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidado en cuyo caso el efecto impositivo se registra en dicho epígrafe.

Los activos y pasivos por impuestos diferidos se contabilizan basándose en las diferencias temporarias entre los valores contables y fiscales de los activos y pasivos, aplicando los tipos impositivos vigentes en el momento en el que se realicen los activos y pasivos según los tipos y las leyes en vigor a la fecha del Estado de Situación Financiera Consolidado. Los activos y pasivos por impuestos diferidos que surgen de movimientos en el Estado de Resultado Global Consolidado se cargan o abonan directamente contra el Estado de Resultado Global Consolidado. Los activos por impuestos anticipados así como las bases imponibles negativas pendientes de compensación y los créditos por deducciones fiscales pendientes de aplicación sólo se reconocen cuando su probabilidad de realización futura está razonablemente asegurada y son ajustados posteriormente en el caso de no considerar probable la existencia de bases fiscales a compensar de beneficios en el futuro.

Los activos y pasivos por impuestos corrientes son los importes estimados a pagar o a cobrar de la Administración Pública conforme a los tipos impositivos en vigor a la fecha del Estado de Situación Financiera Consolidado, e incluyendo cualquier otro ajuste por impuestos correspondiente a ejercicios anteriores.

El Grupo reconoce un pasivo por impuesto diferido para todas las diferencias temporarias imponibles excepto:

- Cuando el pasivo por impuesto diferido se deriva del reconocimiento inicial de un fondo de comercio o de un activo o pasivo en una transacción que no es una combinación de negocios y que en el momento de la transacción, no afectó ni al resultado contable ni al resultado fiscal.

- Respecto a las diferencias temporarias imponibles asociadas con inversiones en sociedades dependientes y asociadas, si el momento de la reversión de las diferencias temporarias puede ser controlado por la Sociedad Dominante y es probable que las diferencias temporarias no reviertan en un futuro previsible.

El Grupo reconoce los activos por impuesto diferido para todas las diferencias temporarias deducibles, créditos fiscales no utilizados y bases imponibles negativas no aplicadas en la medida en que sea probable que habrá un beneficio fiscal contra el cual se podrá utilizar la diferencia temporaria deducible, el crédito fiscal o bien las bases imponibles negativas no utilizadas, excepto:

- Cuando el activo por impuesto diferido relativo a la diferencia temporaria deducible se derive del reconocimiento inicial de un activo o pasivo en una transacción que no es una combinación de negocios y que, en el momento de la transacción, no afectó ni al resultado contable ni al resultado fiscal.

- Respecto a las diferencias temporarias deducibles asociadas con inversiones en sociedades dependientes y asociadas, el activo por impuesto diferido sólo se reconoce en la medida en que es probable que las diferencias temporarias revertirán en un futuro previsible y habrá suficiente beneficio fiscal disponible contra el cual aplicar las diferencias temporarias.

El Grupo revisa el valor en libros de los activos por impuestos diferidos en cada cierre de ejercicio y se reducen en la medida en que ya no sea probable que se disponga de suficientes beneficios fiscales para permitir que parte o todo el activo por impuesto diferido se pueda aplicar. Asimismo, el Grupo revisa en cada cierre de ejercicio los activos por impuestos diferidos no contabilizados y los reconoce en la medida en que se convierta en probable que el beneficio fiscal futuro vaya a permitir recuperar dichos activos.

Los activos y pasivos por impuestos diferidos se compensan si existe un derecho legal en vigor para compensar activos y pasivos por impuestos corrientes y los impuestos diferidos corresponden a la misma entidad fiscal y ante la misma autoridad fiscal.

4.21. Contabilización de Ingresos y Gastos

Los ingresos y gastos se registran sin incluir los importes correspondientes a los impuestos que gravan estas operaciones, con excepción de los que fiscalmente no sean deducibles, que se añadirían a los segundos.

Su imputación se hace en función de la corriente real de bienes y servicios que los mismos representan y con independencia del momento en que se produzca la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

De acuerdo a los requisitos establecidos en la NIIF 15, los ingresos deben reconocerse de forma que la transferencia de los bienes o servicios a los clientes se muestre por un importe que refleje la contraprestación a la que la entidad espera tener derecho a cambio de dichos bienes o servicios.

En concreto, establece un enfoque de reconocimiento de ingresos basado en cinco pasos:

-Paso 1: Identificar el contrato o los contratos con un cliente.
-Paso 2: Identificar las obligaciones del contrato.
-Paso 3: Determinar el precio de la transacción.
-Paso 4: Distribuir el precio de la transacción entre las obligaciones del contrato.
-Paso 5: Reconocer los ingresos cuando (o a medida que) la entidad cumple cada una de las obligaciones.

En virtud de la NIIF 15, los ingresos deben reconocerse a medida que se satisfacen las obligaciones, es decir, cuando el “control” de los bienes o servicios subyacentes a la obligación en cuestión se transfiere al cliente.

Los ingresos por venta de servicios son valorados con fiabilidad teniendo en cuenta el grado de cumplimiento de las obligaciones del servicio. La principal fuente de ingresos del Grupo corresponde a ingresos publicitarios, que se contabilizan en el periodo en que se devengan, lo que se produce en el momento de emisión de la publicidad correspondiente.

Los gastos incluyendo los descuentos y rappels se reconocen en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada en el periodo en que se devengan.

4.22. Remuneraciones a largo plazo al personal

Durante los ejercicios 2019 y 2018 y hasta la fecha de formulación de estas Cuentas el Grupo no cuenta con planes de opciones sobre acciones en vigor.

En el año 2016 se aprobó un sistema de incentivación y fidelización a medio plazo referenciado al valor de cotización de la compañía aplicable a partir de dicho año y destinado a los Consejeros Ejecutivos y a la Alta Dirección del Grupo. Los principales objetivos de este Plan son premiar la sostenibilidad de los resultados, alinear los

intereses de los altos directivos a los de los accionistas y mejorar la composición de la retribución.

El sistema se nutre anualmente, y a partes iguales, de la aportación de cada beneficiario y de otra a cargo de la empresa invirtiéndose ambas en la compra de acciones de Mediaset España que son atribuidas al beneficiario (Nota 20).

4.23. Moneda Extranjera

La conversión de operaciones en moneda extranjera se realiza utilizando el tipo de cambio vigente en la fecha de la transacción. Las pérdidas y ganancias resultantes de la liquidación de dichas transacciones y de la valoración al tipo de cambio de cierre de cada periodo de activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera se reconocen en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

4.24. Beneficio por Acción

El Grupo calcula el beneficio básico por acción utilizando el promedio ponderado de las acciones en circulación durante el período. El cálculo del beneficio por acción diluido incluye además el efecto dilutivo, en su caso, de las opciones sobre acciones concedidas durante el período.

4.25. Aspectos medioambientales

Dadas las actividades del Grupo, el mismo no tiene responsabilidades, gastos, activos, provisiones ni contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados del Grupo. Por este motivo no se incluyen desgloses específicos en las presentes Notas Explicativas respecto a dichas cuestiones.

5. Información por segmentos

De conformidad con la NIIF 8, la televisión en abierto es el único segmento operativo identificado en la actividad del Grupo.

El Grupo Mediaset España, no mantiene activos no corrientes que no sean instrumentos financieros, activos por impuestos diferidos, activos correspondientes a beneficios post-empleo y derechos derivados de contratos de seguros localizados en territorio distinto del español por importe significativo.

6. Inmovilizado Material

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2019 y el 31 de diciembre de 2018 de las partidas que componen el inmovilizado material son los siguientes:

	Saldo 31.12.17	Altas	Bajas	Traspasos	Saldo 31.12.18	Altas	Bajas y otros	Traspasos	Saldo 31.12.19
COSTE									
Terrenos y bienes naturales	14.970	-	-	-	14.970	-	-	-	14.970
Edificios y otras construcciones	39.532	171	-	359	40.062	151	-	314	40.527
Maquin. técnica, instalac. y utillaje	111.241	1.314	(10.695)	3.626	105.486	1.043	(3.833)	3.622	106.318
Mobiliario y enseres	5.026	255	(160)	-	5.121	252	(479)	-	4.894
Equipos procesos de información	14.610	743	(848)	-	14.909	1.127	(809)	2.669	17.896
Otro Inmovilizado	2.134	43	(56)	-	2.121	41	(20)	(1.561)	581
Inmovilizado en curso	3.116	4.933	-	(4.389)	3.660	2.923	-	(5.044)	1.539
Derechos de uso	-	-	-	-	-	2.932	(218)	-	2.714
Total coste	**190.629**	**7.459**	**(11.759)**	**-**	**186.329**	**8.469**	**(5.359)**	**-**	**189.439**
AMORTIZACIÓN ACUMULADA									
Edificios y otras construcciones	(27.703)	(891)	-	-	(28.594)	(872)	-	-	(29.466)
Maquin. técnica, instalac. y utillaje	(86.086)	(6.880)	10.678	-	(82.288)	(7.152)	3.822	-	(85.618)
Mobiliario y enseres	(3.625)	(277)	154	-	(3.748)	(274)	475	-	(3.547)
Equipos procesos de información	(12.609)	(1.536)	846	-	(13.299)	(1.593)	829	-	(14.063)
Otro Inmovilizado	(498)	(31)	47	-	(482)	(31)	18	-	(495)
Derechos de uso	-	-	-	-	-	(878)	-	-	(878)
Total Amortizaciones	**(130.521)**	**(9.615)**	**11.725**	**-**	**(128.411)**	**(10.800)**	**5.144**	**-**	**(134.067)**
VALOR NETO CONTABLE	**60.108**		**(34)**		**57.918**		**(215)**		**55.372**

Las altas en los ejercicios 2019 y 2018 se deben fundamentalmente a la compra de instalaciones técnicas adquiridas para el desarrollo continuo del negocio.

Las altas producidas en inmovilizado en curso en los ejercicios 2019 y 2018 se deben principalmente a la compra de instalaciones técnicas.

Con motivo de la implementación de la NIIF 16 se ha producido un aumento del inmovilizado material de 2.714 miles de euros (Nota 2.2). Asimismo, se ha producido una amortización sobre dicho inmovilizado por importe de 878 miles de euros.

De las altas de amortización en 2019 se han deducido 1.331 miles de euros correspondientes a la activación de trabajos realizados por la empresa para la producción de series de ficción.

Las bajas en los ejercicios 2019 y 2018 corresponden en su mayoría a la retirada de elementos totalmente amortizados y fuera de uso. Durante el ejercicio 2019 se han dado de baja elementos de inmovilizado material por un valor neto contable de 215 miles de euros, generándose una pérdida en dichas transacciones por el citado importe (34 miles de euros para el 2018).

El importe de los bienes totalmente amortizados y en uso a 31 de diciembre de 2019 y a 31 de diciembre de 2018 es el siguiente:

	31.12.2019	31.12.2018
Construcciones	13.098	11.266
Equipos para procesos de información	10.797	10.279
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	63.533	64.052
Mobiliario	2.128	2.470
Otro inmovilizado	424	414
Total	**89.980**	**88.481**

El Grupo tiene formalizadas pólizas de seguros para cubrir los posibles riesgos a que están sujetos los diversos elementos de su inmovilizado material, así como las posibles reclamaciones que en relación a los mismos se pudieran presentar, entendiendo que dichas pólizas cubren de manera suficiente los riesgos a los que están sometidos.

El Grupo no tiene al 31 de diciembre de 2019 ni a 31 de diciembre de 2018 elementos en contratos de arrendamiento financiero.

7. Inmovilizado Intangible

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2019 y 31 de diciembre de 2018 de las partidas incluidas en el epígrafe de inmovilizado intangible son los siguientes:

	Saldo 31.12.17	Altas	Bajas y Otros	Traspasos	Saldo 31.12.18	Altas	Bajas y Otros	Traspasos	Saldo 31.12.19
COSTE									
Licencias transmisión señal Cuatro	85.000	-	-	-	85.000	-	-	-	85.000
Concesiones, patentes y marcas	160.375	-	(300)	-	160.075	3.839	(51)	-	163.863
Aplicaciones Informáticas	27.616	984	(245)	765	29.120	1.215	(445)	3.299	33.189
Aplicaciones Infor. en curso	1.470	1.556	-	(765)	2.261	1.311	-	(3.299)	273
Total coste	**274.461**	**2.540**	**(545)**	**-**	**276.456**	**6.365**	**(496)**	**-**	**282.325**
AMORTIZACIÓN ACUMULADA									
Concesiones, patentes y marcas	(56.346)	(8.011)	300	-	(64.057)	(8.193)	35	-	(72.215)
Aplicaciones Informáticas	(23.490)	(2.290)	245	-	(25.535)	(2.616)	449	-	(27.702)
Total Amortizaciones	**(79.836)**	**(10.301)**	**545**	**-**	**(89.592)**	**(10.809)**	**484**	**-**	**(99.917)**
Provisiones	-	(15)	-	-	(15)	-	15	-	-
VALOR NETO CONTABLE	**194.625**		**-**		**186.849**		**3**		**182.408**

Las altas producidas en aplicaciones informáticas en curso en los ejercicios 2019 y 2018 se deben principalmente al proyecto de renovación de la plataforma de vídeo y web del Grupo.

Debido a la asignación de activos por la adquisición en marzo de 2019 de una participación del 60% de la sociedad El Desmarque Portal Deportivo, S.L.; dentro del epígrafe "Concesiones, patentes y marcas", se incluyen altas en inversión y amortización por importes de 3.839 y 192 miles de euros respectivamente.

Las bajas en los ejercicios 2019 y 2018 corresponden en su mayoría a la retirada de elementos totalmente amortizados y fuera de uso. Durante el ejercicio 2019 se han dado de baja elementos de inmovilizado intangible que no estaban totalmente amortizados por un valor neto contable de 3 miles de euros. No se registraron bajas en el ejercicio anterior.

Del neto de la partida "Concesiones, patentes y marcas", el 99,9% corresponde a la marca Cuatro.

Al 31 de diciembre de 2019 y 31 de diciembre de 2018 los importes de los bienes totalmente amortizados y en uso del inmovilizado intangible han sido los siguientes:

	31.12.2019	31.12.2018
Aplicaciones informáticas	23.561	21.766
Concesiones, patentes y marcas	22	73
Total	**23.583**	**21.839**

8. Derechos Audiovisuales

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2019 y el 31 de diciembre de 2018 de las partidas incluidas en el epígrafe de derechos audiovisuales son los siguientes:

	Saldo 31.12.17	Altas	Bajas	Traspasos Otros	Saldo 31.12.18	Altas	Bajas	Traspasos Otros	Saldo 31.12.19
COSTE									
Derechos producción ajena	391.282	90.446	(110.656)	739	371.811	86.704	(114.417)	902	345.000
Masters	7	-	-	-	7	-	-	-	7
Doblajes	13.258	798	(1.364)	-	12.692	4.512	(824)	-	16.380
Derechos de Coproducción	192.996	3.507	(3.771)	12.559	205.291	2.279	(4.320)	9.473	212.723
Derechos de producciones propias	1.453.734	31.273	-	1.970	1.486.977	53.504	-	4.697	1.545.178
Derechos de distribución	29.477	-	-	-	29.477	-	-	-	29.477
Otros trabajos auxiliares	749	-	-	-	749	-	-	-	749
Dchos, opciones, guiones, desarr.	1.950	833	(427)	(105)	2.251	933	(426)	(946)	1.812
Gastos de puesta en marcha	158	-	-	-	158	-	-	-	158
Anticipos	13.729	12.331	-	(15.163)	10.897	25.172	-	(14.126)	21.943
Total Coste	**2.097.340**	**139.188**	**(116.218)**	-	**2.120.310**	**173.104**	**(119.987)**	-	**2.173.427**
AMORTIZACIÓN ACUMULADA									
Derechos producción ajena	(269.157)	(114.732)	110.656	-	(273.233)	(82.530)	114.417	-	(241.346)
Masters	(7)	-	-	-	(7)	-	-	-	(7)
Doblajes	(12.057)	(1.312)	1.364	-	(12.005)	(2.508)	824	-	(13.689)
Derechos de Coproducción	(184.152)	(14.283)	-	-	(198.435)	(7.473)	-	-	(205.908)
Derechos de producciones propias	(1.426.737)	(23.493)	-	-	(1.450.230)	(37.393)	-	-	(1.487.623)
Derechos de distribución	(29.379)	(96)	-	-	(29.475)	-	-	-	(29.475)
Otros trabajos auxiliares	(748)	-	-	-	(748)	-	-	-	(748)
Gastos de puesta en marcha	(156)	-	-	-	(156)	-	-	-	(156)
Total Amortizaciones	**(1.922.393)**	**(153.916)**	**112.020**	-	**(1.964.289)**	**(129.904)**	**115.241**	-	**(1.978.952)**
Provisiones	(18.553)	(16.885)	17.715	-	(17.723)	(15.369)	9.422	-	(23.670)
Total Derechos Audiovisuales	**156.394**		**13.517**		**138.298**		**4.676**		**170.805**

Al 31 de diciembre de 2019 y 31 de diciembre de 2018 los importes de los derechos audiovisuales totalmente amortizados y en uso han sido los siguientes:

	31.12.2019	31.12.2018
Masters	5	5
Doblajes	11.568	11.621
Derechos de Coproducción	207.577	190.208
Derechos producciones propias	1.487.622	1.450.230
Derechos de distribución	23.659	23.659
Otros trabajos auxiliares	749	748
Gastos de puesta en marcha	157	156
Total	**1.731.337**	**1.676.627**

Del total del importe registrado en el epígrafe de derechos audiovisuales clasificado como activo no corriente en el Estado de Situación Financiera Consolidado a 31 de diciembre de 2019, cuyo consumo de los mismos a lo largo de los siguientes doce meses se estima que será un porcentaje del 53% aproximadamente (84% en el 2018).

Las provisiones existentes al cierre corresponden al valor neto contable de aquellos derechos que, aun teniendo una fecha de vencimiento posterior al 31 de diciembre, no entran en los planes de emisión futuros del Grupo a la fecha de formulación de los Estados Financieros Consolidados. Si, en su caso, llegaran a emitirse en alguna de las cadenas del Grupo, se procedería a la reversión de la provisión correspondiente al pase emitido y a la amortización simultánea del derecho por el mismo importe que la provisión revertida, no teniendo por lo tanto impacto en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Así, el saldo de esta provisión corresponde fundamentalmente al ajuste necesario para determinar el valor neto contable de la librería. A 31 de diciembre de 2019 y a 31 de diciembre de 2018 la dotación efectuada en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada refleja un importe de 15.369 miles de euros y 16.885 miles de euros, respectivamente.

Al cierre del ejercicio 2019 existen compromisos firmes de compra de derechos de propiedad audiovisual con inicio a partir del 1 de enero de 2020 por un total de 25.465 miles de dólares USA (USD) así como de 56.883 miles de euros. Los compromisos del ejercicio anterior fueron de 35.450 miles de dólares USA (USD) y 90.598 miles de euros respectivamente.

De dichos compromisos firmes de compra de derechos de propiedad audiovisual se han desembolsado anticipos que, al 31 de diciembre de 2019 ascienden a 578 miles de euros, no ha habido desembolso en dólares USA (USD). Los desembolsos correspondientes al ejercicio 2018 fueron de 1.229 miles de euros y no hubo desembolso en dólares USA (USD).

Al cierre del ejercicio existen compromisos de derechos de coproducción, con inicio a partir del 1 de enero de 2020 por 57.764 miles de euros. Los compromisos del ejercicio anterior fueron de 55.933 miles de euros.

De dichos compromisos de derechos de coproducción se han desembolsado anticipos que, a 31 de diciembre de 2019, ascienden al total de 20.410 miles de euros (6.374 miles de euros a 31 de diciembre de 2018).

De los derechos de distribución no existen compromisos firmes de compra, con inicio a partir del 1 de enero de 2020. A 31 de diciembre 2018 no existían compromisos firmes de compra.

Dentro del epígrafe de Anticipos se incluyen también los anticipos de series de ficción, de los que se han desembolsado 955 miles de euros a 31 de diciembre de 2019 (3.294 miles de euros a 31 de diciembre de 2018).

9. Fondo de Comercio y Combinación de Negocios

Como consecuencia de la adquisición del Grupo Cuatro con efecto 31 de diciembre de 2010 afloró un Fondo de Comercio por importe de 287.357 miles de euros y un activo de vida útil indefinida por importe de 85.000 miles de euros (Nota 7).

Durante el ejercicio 2019, este epígrafe se ha visto incrementado en 2.685 miles de euros debido a la adquisición del 60% de las participaciones de la sociedad El Desmarque Portal Deportivo, S.L.

Test de deterioro del fondo de comercio y activos intangibles de vida útil indefinida

El test de deterioro se ha realizado comparando el valor recuperable de la unidad generadora de efectivo donde están asignados el fondo de comercio y los activos intangibles de vida útil indefinida con el valor contable de dicha unidad generadora de efectivo.

La unidad generadora de efectivo es el negocio de televisión en abierto, constituyendo la única identificada en el Grupo.

De cara al oportuno test de deterioro, el Grupo ha utilizado, por un lado su valor de mercado y por otro, sus propias proyecciones de evolución del Negocio de Televisión en Abierto, descontando los flujos de efectivo futuros previstos. En relación al valor de mercado, la capitalización bursátil de la Sociedad Dominante a 31 de diciembre de 2019 asciende a 1.853.283 miles de euros, cifra muy superior al valor contable de la unidad generadora de efectivo identificada, no existiendo por tanto, deterioro del Fondo de Comercio ni de los activos intangibles de vida útil indefinida.

Las hipótesis de dichas proyecciones de flujos futuros incluyen la mejor estimación del comportamiento del mercado publicitario, así como de audiencias y de la evolución de los costes.

El Grupo ha estimado la evolución futura del mercado publicitario sobre la base de la evolución prevista de la economía en general y considerando el comportamiento histórico del mercado y su correlación con la evolución de la economía, realizando proyecciones acordes a fuentes de información externa.

La proyección de ingresos para los próximos ejercicios está calculada sobre la base de la mencionada evolución del mercado publicitario estimada, y tomando en consideración las hipótesis más razonables de la evolución de las audiencias.

Por otra parte, se ha realizado una estimación de los costes de la programación, principalmente considerando la situación de los costes previstos de las producciones audiovisuales, tanto externas como internas, y estimando los niveles de inversión necesarios para mantener los niveles de audiencia considerados.

En la elaboración de las mencionadas proyecciones, las principales variables y asunciones realizadas son las siguientes:

- Contexto macroeconómico: en base a las proyecciones macroeconómicas publicadas por distintos organismos públicos y privados, hemos considerado una fase de crecimiento estable en España para los próximos años, así como el mantenimiento de una situación de estabilidad para el sector de televisión en abierto.

- Evolución del mercado publicitario de televisión en abierto: Hemos considerado un mercado publicitario estable y sostenible hasta 2023, en línea con la evolución estimada de la economía española y en el que el Grupo detenta una cuota en línea con las obtenidas en los últimos ejercicios.

- Entorno tecnológico y regulatorio: No han sido previstas ni consideradas en nuestras proyecciones cambios regulatorios ni tecnológicos relevantes que pudieran afectar de manera material al mercado publicitario o a las audiencias de la televisión en abierto.

- Entorno competitivo: Hemos estimado un escenario de continuidad, sin cambios estructurales de relevancia en el sector y con estabilidad en los niveles de audiencia y en la evolución del mercado publicitario televisivo. Esta estimación ha tenido en cuenta tanto las realizadas por organismos oficiales como otras reconocidas fuentes externas e igualmente considerando las tendencias históricas. En concreto, no se contempla concesión de nuevas licencias ni aumento en el número de canales para los operadores existentes y, por lo que respecta a las nuevas plataformas de distribución de contenidos, éstas pertenecen fundamentalmente a la modalidad de pago y, por tanto, sin influencia de relevancia en el sector de la TV en abierto.

  Las proyecciones cubren un período de 5 años y para los flujos no contemplados en las mismas, las rentas perpetuas se han estimado utilizando crecimientos entre el 0% y el 1%, según consenso de previsiones de analistas. Por otro lado, los flujos de efectivo estimados se descuentan a un tipo acorde con las valoraciones actuales de mercado en cuanto a la tasa libre de riesgo y la situación específica del sector. En este sentido, la tasa de descuento después de impuestos utilizada está en un rango entre el 8% y el 9%, en línea con el ejercicio anterior.

  Las proyecciones se han realizado en modo “stand alone” para el negocio del Grupo Mediaset España y sin tener en cuenta las implicaciones de la realización efectiva de la fusión con Mediaset Italia actualmente en curso.

Sensibilidad frente a cambios en las hipótesis

La Dirección considera que, con la información disponible en este momento, ningún cambio razonable y probable en cualquiera de las hipótesis claves manejadas en la simulación supondría que el valor neto contable de la unidad excediera de su valor recuperable dado que existe un margen de seguridad significativo respecto al valor en libros.

Para el análisis de la sensibilidad se han afectado las principales variables del modelo. Como ejemplo de manera conjunta reduciendo la tasa de crecimiento a perpetuidad, reduciendo los ingresos un 5% y aumentando la tasa de descuento en 300 puntos básicos el resultado del modelo mantendría la ausencia de indicios de deterioro.

10. Inversiones Contabilizadas por el Método de la Participación

El importe y las variaciones experimentadas durante los ejercicios 2019 y 2018 en las partidas que componen este epígrafe se muestran a continuación:

	Inv. por el Método de la Participación
Saldo a 31 de diciembre de 2017	**8.190**
Aumentos/Disminuciones	(3.348)
Participación en resultado de empr. asociadas	6.246
Dividendos recibidos (Nota 23.1)	(2.392)
Saldo a 31 de diciembre de 2018	**8.696**
Aumentos	200
Disminuciones	(893)
Participación en resultado de empr. asociadas	2.306
Dividendos recibidos (Nota 23.1)	(1.696)
Saldo a 31 de diciembre de 2019	**8.613**

Los dividendos de 2019 corresponden a las sociedades participadas, La Fábrica de la Tele, S.L., y Bulldog Tv Spain, S.L.

Los dividendos de 2018 correspondieron a las sociedades participadas, La Fábrica de la Tele, S.L., Producciones Mandarina, S.L., Megamedia Televisión, S.L., Supersport Televisión, S.L. y Bulldog Tv Spain, S.L.

El detalle por empresas de las inversiones contabilizadas por el método de la participación es el siguiente:

Compañía	Inversiones por el método de la participación		Resultado Invers. por el método de la participac.	
	2019	2018	2019	2018
Pegaso Television, Inc.	-	-	-	3.626
Producciones Mandarina, S.L.	2.004	1.870	134	(174)
La Fábrica de la Tele, S.L.	3.161	2.755	1.501	1.263
Megamedia Televisión, S.L.	-	787	-	432
Supersport Televisión, S.L.	-	769	-	311
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	-	28	(28)	23
Alea Media, S.A.	-	(71)	(591)	(92)
Melodía Producciones, S.L.(*)	-	-	-	-
Adtech Ventures, S.p.A	213	190	(177)	(133)
Bulldog Tv Spain, S.L.	1.542	1.307	835	928
Alma Productora Audiovisual, S.L.	243	403	(160)	103
Pagoeta Media, S.L.U.	1	-	-	-
Unicorn Content, S.L.	1.449	658	792	(41)
Total	**8.613**	**8.696**	**2.306**	**6.246**

(*) Desde el 10 de octubre de 2018 esta sociedad se encuentra en liquidación

a) Reflejamos las principales magnitudes contables de las sociedades consolidadas por el método de la participación para el ejercicio 2019 y 2018:

2019	Activo	Patrimonio Neto	Pasivo	Ingresos	Resultado
			(Miles de euros)		
Producciones Mandarina, S.L.	7.946	6.680	1.266	7.143	445
La Fábrica de la Tele, S.L.	16.497	10.531	5.966	33.459	5.592
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Alea Media, S.A.	2.760	(1.655)	4.415	10.899	(987)
Pagoeta Media, S.L.U.	1.104	3	1.101	9.517	-
Melodía Producciones, S.L.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Adtech Ventures, S.p.A	431	426	5	-	(353)
Alma Productora Audiovisual, S.L.	1.421	809	612	3.921	297
Unicorn Content, S.L.	7.331	4.832	2.499	22.616	2.639
Bulldog Tv Spain,S.L..	6.404	5.140	1.264	23.925	2.784

2018	Activo	Patrimonio Neto	Pasivo	Ingresos	Resultado
		(Miles de euros)			
Producciones Mandarina, S.L.	7.491	6.234	1.257	8.943	(581)
La Fábrica de la Tele, S.L.	13.808	9.181	4.627	26.476	4.242
Megamedia Televisión, S.L.	4.333	2.622	1.711	12.165	1.440
Supersport Televisión, S.L.	3.702	2.564	1.138	10.379	1.039
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	613	56	557	570	40
Alea Media, S.A.	3.652	(178)	3.830	7.266	(222)
Melodía Producciones, S.L.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
Adtech Ventures, S.p.A	385	379	6	-	(264)
Alma Productora Audiovisual, S.L.	1.421	512	909	1.586	342
Unicorn Content, S.L.	7.337	2.193	5.144	19.454	2.291
Bulldog Tv Spain,S.L..	5.339	4.356	983	22.399	3.092

b) Principales cambios en el ejercicio

Los cambios producidos en las inversiones contabilizadas por el método de la participación se detallan en la Nota 1 en cambios en el perímetro de consolidación.

Ejercicio 2019

El 21 de enero de 2019 el Grupo ha adquirido una participación adicional del 32,5% en la Sociedad Supersport Televisión, S.L. alcanzando un total de participación en dicha Sociedad del 62,5%, por lo que, esta sociedad ha pasado a ser integrada por el método de consolidación global.

El 21 de enero de 2019 el Grupo ha adquirido una participación adicional del 35% en la Sociedad Megamedia Televisión, S.L. alcanzando un total de participación en dicha Sociedad del 65%, por lo que, esta sociedad ha pasado a ser integrada por el método de consolidación global.

En 2019 se integra por el método de la participación la sociedad Alea La Maleta, S.L.U. en la cual el Grupo ostenta una participación del 100% a través de su sociedad participada al 40% Alea Media, S.A.

Ejercicio 2018

El 5 de febrero de 2018 el Grupo adquirió una participación del 30% de la sociedad Bulldog TV Spain, S.L.

En abril de 2018 se procedió a la venta del 43,71% de la participación en Pegaso Televisión Inc. Por tal operación se obtiene un beneficio de 3.626 miles de euros registrado en el epígrafe “Rdo. De Soc. por el método de la participación” de la cuenta de resultados.

En septiembre de 2018 el Grupo adquirió una participación del 30% de la sociedad Alma Productora Audiovisual, S.L.

En octubre de 2018 el Grupo adquirió una participación del 30% de la sociedad Unicorn Content, S.L.

En 2018 se integró por el método de la participación la sociedad Pagoeta Media, S.L.U. en la cual el Grupo ostenta una participación del 100% a través de su sociedad participada al 40% Alea Media, S.A.

Adicionalmente, el Grupo vendió una participación minoritaria en enero de 2018 y que estaba clasificada como "Activo no corriente mantenido para la venta".

11. Activos Financieros no Corrientes

Los conceptos incluidos en este epígrafe son los siguientes:

	31.12.2019	31.12.2018
Fianzas a Largo Plazo	108	91
Inversiones a L/P (Notas 13.1 y 13.2)	209.457	-
Créditos a L/P a empresas vinculadas (Nota 23.1)	1.980	956
Otras inversiones financieras (Nota 13.3)	9.235	14.593
Otros	12	100
Total (Nota 13.2)	**220.792**	**15.740**

Inversiones a largo plazo

En el ejercicio 2019 el Grupo adquirió una participación accionarial en ProSiebenSat.1 Media SE. en un porcentaje del 5,5% que, sumado al ya detentado por Mediaset Italia, alcanzó el 15% del total del capital social del operador alemán.

Este paquete obedece a la estrategia del Grupo a nivel global de construir una cartera paneuropea de inversiones en el sector cuyo objetivo es netamente industrial y que, en el caso que nos ocupa, se centra en una compañía líder en su país que, por otra parte, constituye el mercado de medios de comunicación más grande de Europa.

Se han adquirido 12.815.000 acciones valoradas a 31 de diciembre de 2019 en 178.257 miles de euros. Dicha adquisición se ha llevado a cabo a través de una combinación de compra directa de acciones y de derivados contratados con una institución financiera de primer nivel. Las variaciones de valor de esta inversión desde su adquisición han sido de 5.626 miles de euros y se han registrado directamente en el patrimonio neto en "Ajustes por cambios de valor".

Como financiación de parte de esta operación, la Sociedad Dominante ha suscrito un contrato de préstamo por importe de 153.747 miles de euros (Nota 13.2), con vencimiento en dos términos establecidos en fecha 30 de noviembre de 2022 y 31 de mayo de 2023. En dicho contrato se incluye un derivado de cobertura de las fluctuaciones que pueda sufrir la acción. Esta cobertura consiste en cubrir una posible bajada del precio de cotización de las acciones adquiridas, y está valorada a 31 de

diciembre de 2019 en 31.200 miles de euros; y una posible subida del precio de cotización de las acciones valorada a 31 de diciembre de 2019 en 26.587 miles de euros (Nota 13.2).

Créditos a largo plazo a empresas vinculadas

A 31 de diciembre de 2019 se recoge principalmente el préstamo participativo concedido a la sociedad Alea Media, S.A. por importe de 1.800 miles de euros.

Otras inversiones financieras

Este epígrafe recoge varias inversiones financieras minoritarias en instrumentos de patrimonio de empresas que se valoran a valor razonable con cambios en Patrimonio Neto (Nota 13.3).

12. Otros activos corrientes

Este epígrafe se desglosa como sigue:

	31.12.2019	31.12.2018
Gastos anticipados	32.632	8.530
Comisiones anticipadas	36	39
Total	**32.668**	**8.569**

Los gastos anticipados corresponden, entre otros, a derechos de retransmisiones pendientes de emitir.

13. Instrumentos Financieros

13.1. Instrumentos financieros derivados

El Grupo realiza operaciones con instrumentos financieros cuya naturaleza es la cobertura del riesgo de tipo de cambio de las compras de derechos de propiedad audiovisual que se producen en el ejercicio y también puntualmente la cobertura del tipo de cambio de las operaciones comerciales en divisa con clientes que están contabilizados en el Estado de Situación Financiera Consolidado del Grupo. A efectos contables estos instrumentos no han sido designados como instrumentos financieros de cobertura.

A continuación se presenta un desglose, por plazos de vencimiento, de los valores nocionales de los derivados financieros que mantiene en vigor el Grupo al 31 de diciembre de 2019 y 2018:

Derivados de Activo Corriente

2019	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/$)	
Compra de divisas no vencidas:				
Compras de dólares contra euros	6.209	7.285	1,1234	265
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	**6.209**	**7.285**		**265**

2018	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/$)	
Compra de divisas no vencidas:				
Compras de dólares contra euros	7.936	9.693	1,1450	508
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	**7.936**	**9.693**		**508**

Estos instrumentos financieros derivados de activos se encuentran clasificados en el Estado de Situación Financiera Consolidado dentro de epígrafe “Otros activos financieros corrientes”.

Derivados de Pasivo Corriente

2019	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/$)	
Compra de divisas no vencidas:				
Compras de dólares contra euros	997	1.292	1,1234	(152)
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	**997**	**1.292**		**(152)**

2018	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/$)	
Compra de divisas no vencidas:				
Compras de dólares contra euros	1.059	1.328	1,1450	(93)
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	**1.059**	**1.328**		**(93)**

La valoración de las coberturas de divisas de los contratos de derechos se realiza por diferencia entre valor actual del seguro de cambio cotizado al cambio forward del contrato y el valor del seguro de cambio cotizado al cambio de cierre del ejercicio.

Estos instrumentos financieros derivados de pasivo se encuentran clasificados en el Estado de Situación Financiera Consolidado, en el epígrafe de "Otras deudas", por importe de 152 miles de euros a 31 de diciembre de 2019 (93 miles de euros a 31 de diciembre de 2018).

Adicionalmente, y como resultado de la operación de financiación de la adquisición de un porcentaje de participación en la sociedad ProSiebenSat.1 Media SE (Nota 11), el Grupo registra un derivado de cobertura de las fluctuaciones que pueda sufrir la acción.

A continuación se presenta un desglose del valor de los derivados financieros por opciones sobre inversiones financieras que mantiene en vigor el Grupo en el activo y pasivo no corriente a 31 de diciembre de 2019.

Derivados de Activo no Corriente

						Valor razonable (Nota 11)
2019	**Clasificación**	**Valor Incial**	**Vencimiento**	**Actualización del valor**	**Efecto impositivo**	**Activo no corriente**
Opciones sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	33.067	30/11/2022	(1.867)	467	31.200

Derivados de Pasivo no Corriente

						Valor razonable (Nota 11)
2019	**Clasificación**	**Valor Incial**	**Vencimiento**	**Actualización del valor**	**Efecto impositivo**	**Activo no corriente**
Opciones sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	23.619	30/11/2022	2.968	742	26.587

13.2. Instrumentos Financieros

Los instrumentos financieros de activo, excluidas las inversiones contabilizadas por el método de la participación quedarían reflejados de la siguiente manera:

	Instrumentos de patrimonio		Créditos, derivados y otros		Total (Véase Nota 11)	
(Miles de euros)	**2019**	**2018**	**2019**	**2018**	**2019**	**2018**
Activos financieros a largo plazo						
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 11)	178.257	-	2.100	1.147	**180.357**	**1.147**
Valorados a valor razonable (Nota 11)	9.235	14.593	-	-	**9.235**	**14.593**
Derivados (Nota 11)	31.200	-	-	-	**31.200**	**-**
TOTAL	**218.692**	**14.593**	**2.100**	**1.147**	**220.792**	**15.740**
Activos financieros a corto plazo						
Préstamos y partidas a cobrar	-	-	232.095	225.795	**232.095**	**225.795**
Valorados a valor razonable	-	-	-	-	**-**	**-**
Derivados	-	-	265	-	**265**	**508**
TOTAL	-	-	**232.360**	**226.303**	**232.360**	**226.303**
TOTAL	**218.692**	**14.593**	**234.460**	**227.450**	**453.152**	**242.043**

Estos activos financieros se encuentran clasificados en el Estado de Situación Financiera Consolidado de la siguiente forma:

	2019	2018
Activos Financieros no corrientes (Nota 11)	220.792	15.740
Deudores	230.466	223.665
Otros activos financieros corrientes	1.894	2.638
	453.152	**242.043**

Los activos financieros no corrientes corresponden principalmente a la adquisición del 5,5% del capital social de la sociedad ProSiebenSat.1 Media SE. (Nota 11).

Dentro del epígrafe de Deudores se incluyen los clientes por venta y prestación de servicios netos de la provisión para insolvencias, siendo sus importes brutos 235.757 miles de euros a 31 de diciembre de 2019 (229.680 miles de euros a 31 de diciembre de 2018).

El vencimiento de los principales instrumentos financieros de activo corriente es el siguiente:

Ejercicio 2019	**Saldo**	**Vencimientos**			
		<3 meses	<6 meses	<12 meses	<18 meses
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	228.677	224.464	1.757	1.744	712
Deudores varios	1.117	1.117	-	-	-
Otros activos financieros corrientes	1.894	1.894	-	-	-
Total	**231.688**	**227.475**	**1.757**	**1.744**	**-**

Ejercicio 2018	Saldo	Vencimientos			
		<3 meses	<6 meses	<12 meses	<18 meses
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	221.183	215.756	2.042	3.385	-
Deudores varios	1.092	-	1.092	-	-
Otros activos financieros corrientes	2.638	2.638	-	-	-
Total	**224.913**	**218.394**	**3.134**	**3.385**	**-**

Los vencimientos de clientes, partes vinculadas aparecen desglosados en la Nota 23.1.

Los instrumentos financieros de pasivo quedarían reflejados de la siguiente manera:

	Deudas con entidades de crédito		Deudas, derivados y otros		Total	
(Miles de euros)	**2019**	**2018**	**2019**	**2018**	**2019**	**2018**
Pasivos financieros a largo plazo						
Débitos y partidas a pagar	153.747	-	6.187	110	**159.934**	**110**
Derivados (Nota 11)	26.587	-	-	-	**26.587**	**-**
TOTAL	**180.334**	-	**6.187**	**110**	**186.521**	**110**
Pasivos financieros a corto plazo						
Débitos y partidas a pagar	29	44	196.599	189.158	**196.628**	**189.202**
Derivados	-	-	152	93	**152**	**93**
TOTAL	**29**	**44**	**196.751**	**189.251**	**196.780**	**189.295**
TOTAL	**180.363**	**44**	**202.938**	**189.361**	**383.301**	**189.405**

A 31 de diciembre de 2019 existen líneas de crédito por importe de 255.000 miles de euros (275.000 miles de euros a diciembre de 2018) con un tipo de interés de EURIBOR más un diferencial de mercado en línea con la solvencia del Grupo.

Los vencimientos de los 255.000 miles de euros de estas líneas de crédito se distribuyen entre marzo de 2020 y noviembre de 2020 y se estima que se renovarán a su vencimiento por los importes adecuados a las necesidades operativas de la sociedad y a precios en línea con la capacidad financiera y solvencia del Grupo.

No se ha dispuesto importe alguno en ninguno de los ejercicios que se comparan en estas Cuentas Anuales Consolidadas.

Los pasivos financieros se encuentran clasificados en el Estado de Situación Financiera Consolidado de la siguiente forma:

	2019	2018
Otros pasivos no corrientes	6.187	110
Deudas con entidades de crédito no corrientes	180.334	-
Deudas con partes vinculadas corrientes (Nota 23.1)	17.448	19.369
Deudas por compras o prestaciones de servicios	118.692	105.009
Deudas por compras de Derechos Audiovisuales	43.915	47.237
Deudas con entidades de crédito	906	44
Acreedores por adquisición de inmovilizado	2.762	1.918
Remuneraciones pendientes de pago	12.732	15.625
Otras deudas	325	93
	383.301	**189.405**

Durante el ejercicio 2019, derivado de la implementación de la NIIF 16, el epígrafe de “otros pasivos no corrientes” ha registrado un aumento por importe 1.836 miles de euros y en “otras deudas no comerciales” en el corto plazo se ha reconocido un aumento de 878 miles de euros derivado de la implementación de la normativa anteriormente mencionada. Con fecha 31 de diciembre de 2019 los importes abonados por estos conceptos ascienden a 878 miles de euros.

Dentro de la partida de “Otros pasivos no corrientes” se ha registrado el valor estimado de una opción de venta de los accionistas minoritarios ejercitable en el largo plazo sobre el 40% restante del patrimonio de la sociedad El Desmarque Portal Deportivo, S.L.

No hay diferencias entre los valores razonables y los valores netos contables de los activos y pasivos financieros al 31 de diciembre de 2019 y 2018.

El vencimiento de los principales instrumentos financieros de pasivo es el siguiente:

Ejercicio 2019	**Saldo**	**Vencimientos**		
		3 meses	6 meses	12 meses
Deudas por compras o prestaciones de servicios	118.692	118.635	57	-
Deudas por compras de derechos audiovisuales	43.915	41.285	995	1.635
Deudas con entidades de crédito corrientes	906	906	-	-
Acreedores por adquisición de inmovilizado	2.762	2.762	-	-
Total	**166.275**	**163.588**	**1.052**	**1.635**

Ejercicio 2018	**Saldo**	**Vencimientos**		
		3 meses	6 meses	12 meses
Deudas por compras o prestaciones de servicios	105.009	102.047	2.697	265
Deudas por compras de derechos audiovisuales	47.237	47.205	32	-
Deudas con entidades de crédito corrientes	44	44	-	-
Acreedores por adquisición de inmovilizado	1.918	1.838	80	-
Total	**154.208**	**151.134**	**2.809**	**265**

Los vencimientos de la deuda con empresas vinculadas aparecen desglosados en la Nota 23.1.

13.3. Valoración al valor razonable

La tabla siguiente muestra la jerarquía de valor razonable de los activos del Grupo.

Jerarquía de valor razonable de los activos del Grupo al 31 de diciembre de 2019:

			Valoración de valor razonable utilizada		
Miles de euros	**Fecha de valoración**	**Total**	**Valor de cotización en mercados activos (Nivel 1)**	**Variables significativas observables (Nivel 2)**	**Variables significativas no observables (Nivel 3)**
Activos valorados al valor razonable:					
Activos financieros disponibles para para la venta (Notas 11 y 13.2):					
Instrumentos de patrimonio	31-dic-19	**178.257**	178.257	-	-
Derivado instrumento de patrimoio	31-dic-19	**31.200**	31.200	-	-
Sectores diversos con plataforma internet	31-dic-19	**9.235**	292	-	8.943
Sectores diversos con plataforma internet	31-dic-18	**14.593**	1.429	-	13.164

13.4. Información sobre el periodo medio de pago a proveedores. Disposición adicional tercera. "Deber de información" de la Ley 15/2010, de 5 de julio

La información relativa al periodo medio de pago a proveedores es la siguiente:

	2019	**2018**
(Días)		
Periodo medio de pago a proveedores	68	65
Ratio de operaciones pagadas	67	69
Ratio de operaciones pendientes de pago	68	35
(Miles de euros)		
Total pagos realizados	496.452	551.922
Total pagos pendientes	90.645	72.977

Cabe resaltar que la diferencia respecto al máximo estipulado en la normativa sobre morosidad se debe casi exclusivamente al riguroso control ejercitado por el Grupo en relación a los requisitos mercantiles y fiscales que deben ser cumplidos por las facturas recibidas y que implica que éstas no son abonadas hasta que las incidencias detectadas han sido subsanadas. Por lo demás, el Grupo cumple escrupulosamente las pautas marcadas en la citada normativa anti-morosidad.

13.5. Política de Gestión del Capital

La gestión del capital del Grupo está enfocada a conseguir un retorno de la inversión para el accionista que maximice la rentabilidad de su aportación a la empresa con el menor riesgo posible, haciendo de su contribución un instrumento de inversión atractivo siempre en función del entorno económico y de negocio. Dada la estructura del capital de la empresa ésta se halla en una posición ventajosa por su elevada capacidad de generar flujos positivos de tesorería.

13.6. Política de Gestión de Riesgo

Para gestionar de forma eficiente los riesgos a los que se enfrenta el Grupo se han diseñado unos mecanismos de control y prevención que han sido implantados y liderados por la alta dirección del Grupo en sus Comités de Auditoría, y desarrollado de forma operativa en las normas de Gobierno Corporativo y aplicado en todo el Grupo.

Dentro de los riesgos que son gestionados por el Grupo podemos distinguir tres grandes líneas de actuación: las relativas a cubrir los riesgos de crédito, las orientadas a cubrir los riegos de liquidez y las enfocadas a cubrir los riesgos de mercado.

13.6.1.Gestión de Riesgos de Crédito

El riesgo de crédito se produce por la posible pérdida causada por el incumplimiento de las obligaciones contractuales de las contrapartes de la Sociedad, es decir, por la posibilidad de no recuperar los activos financieros por el importe contabilizado y en el plazo establecido.
La exposición máxima al riesgo de crédito al 31 de diciembre de 2019 y 2018 es la siguiente:

	2019 Miles de euros	2018 Miles de euros
Inversiones financieras a largo plazo (Nota 11)	220.792	15.740
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	247.382	232.939
Clientes partes vinculadas (Nota 23.1)	601	1.318
Inversiones financieras a corto plazo (Nota 13.2)	1.894	2.638
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes (Nota 14)	128.993	165.737
	599.662	**418.372**

Para gestionar el riesgo de crédito el Grupo distingue entre los activos financieros originados por las actividades operativas y por las actividades de inversión.

13.6.2. Actividades operativas

La mayor parte de las actividades operativas del Grupo están focalizadas alrededor de la venta de publicidad.

En este sentido, existe un procedimiento aprobado internamente que señala las políticas de riesgo para cada tipología de cliente y las autorizaciones necesarias para la aprobación de operaciones.

Los activos financieros considerados dentro de las actividades operativas fundamentalmente son los clientes por ventas y prestación de servicios.

Desde un punto de vista de negocio, el Grupo considera como cliente final del mismo a los anunciantes, ninguno de los cuales representa un peso relevante en el total del Grupo. La práctica habitual en el sector es el uso de agencias de medios como intermediarios entre los anunciantes y los operadores de televisión que ofrecen el espacio publicitario.

En cuanto a la antigüedad de la deuda, el Grupo realiza un seguimiento constante de la misma no existiendo situaciones de riesgo significativo a finales del ejercicio.

13.6.3. Actividades de inversión

Los activos financieros considerados dentro de las actividades de inversión son los créditos a largo plazo (Nota 11), las inversiones financieras a largo plazo (Nota 11) y las inversiones financieras a corto plazo (Nota 13.2). En dichas notas se explica el vencimiento de la concentración de riesgo en las mismas.

Existe un Manual de Procedimiento de Gestión de Riesgos Financieros que establece los criterios generales que gobiernan las inversiones de los excedentes de tesorería del Grupo y que a grandes rasgos consisten en:

- Se realizan con entidades (nacionales o extranjeras) de reconocida solvencia medidas en función de sus “ratings” actualizados.

- Se invierte en productos de naturaleza conservadora (depósitos bancarios, repos de deuda, etc.) que, en general tengan garantizados el reembolso del capital invertido.

- Las autorizaciones para las inversiones correspondientes están delimitadas en función de los apoderamientos otorgados a los altos directivos del Grupo y, en todo caso, están enormemente restringidos (según importe, Consejero Delegado, Director General de Gestión y Operaciones y Director Financiero).

- Desde el punto de vista de plazo, no se supera en circunstancias generales el plazo de 3 meses y lo más frecuente son inversiones con disponibilidad automática de fondos.

13.6.4. Gestión de Riesgo de Liquidez

La estructura financiera del Grupo presenta un bajo riesgo de liquidez dada la ausencia de apalancamiento financiero y el nivel de tesorería operativa generada cada año.

El riesgo de liquidez vendría motivado por la posibilidad de que el Grupo no pueda disponer de fondos líquidos, o acceder a ellos en la cuantía suficiente y al coste adecuado para hacer frente en todo momento a sus obligaciones

de pago. El objetivo del Grupo es mantener las disponibilidades líquidas necesarias para el desarrollo de su actividad.

Las políticas del Grupo establecen los límites mínimos de liquidez que se deben mantener en cada momento:

- Los excesos de liquidez solo se pueden invertir en determinados tipos de activos (ver apartado anterior sobre riesgo de crédito-actividades de inversión) que garanticen su liquidez.

- Se tienen líneas de crédito por un importe que garantiza la capacidad del Grupo para afrontar sus necesidades operativas así como la posibilidad de financiar a corto plazo nuevos proyectos de inversión. Al cierre del 2019 las líneas de crédito abiertas ascienden a 255 millones de euros (275 millones de euros a 31 de diciembre de 2018) (véase Nota 13.2). Las citadas líneas están contratadas en condiciones financieras muy competitivas considerando la actual situación del mercado, lo que avala la percepción de solvencia y solidez de que goza el Grupo en el ámbito financiero y no se ha dispuesto de cantidad alguna al cierre de 2019 y 2018.

13.6.5. Gestión de Riesgo de Mercado (tipo de cambio, tipo de interés, y riesgo de precios)

No existen riesgos financieros significativos asociados a movimientos por tipo de interés. Sin embargo y a efectos ilustrativos, se ha realizado un análisis de sensibilidad sobre el impacto en la Tesorería Neta del Grupo de ciertas modificaciones en los tipos de interés, excluyendo la deuda financiera a largo plazo.

La hipótesis utilizada es la siguiente: tomando como referencia el euribor mes a 31 de diciembre de 2019, se aplica una variación de +50 puntos básicos -20 puntos básicos, (+50 puntos básicos -20 a 31 de diciembre de 2018).

El análisis de sensibilidad realizado, demuestra que las variaciones en el tipo de interés aplicado sobre la Tesorería Neta (excluyendo la deuda financiera a largo plazo), tendrían un impacto a 31 de diciembre, que, en todo caso, no sería significativo, y que afectaría exclusivamente al importe de los resultados financieros y ello de manera marginal:

	Tipo de Referencia EUR 1M (%)	Tesorería Neta	Intereses anuales	50 b.p.	Intereses anuales	-20 b.p.	Intereses anuales
31-12-19	-0,438	123.531	(541)	0,062%	77	-0,638%	(788)

	Tipo de Referencia EUR 1M (%)	Tesorería Neta	Intereses anuales	50 b.p.	Intereses anuales	-20 b.p.	Intereses anuales
31-12-18	-0,363	167.823	(609)	0,137%	230	-0,563%	(945)

Con el objetivo de cubrir el riesgo de variación del valor a que puedan dar lugar las fluctuaciones en la cotización del título Prosieben, el Grupo entró en un acuerdo de "collar" que incluye opciones simultáneas "put" y "call" y que permite acotar las oscilaciones en el valor del título dentro de una banda que va del 90% al 120% del valor de adquisición original.

El efecto económico de esta cobertura consiste en fijar, por una parte, un nivel máximo (120%, que equivale a un beneficio máximo de 34.357 miles de euros) calculado sobre la base del precio de ejercicio de la opción "call" vendida y, por la otra, un nivel mínimo (90%, que se corresponde con una pérdida máxima de 17.179 miles de euros) computado en relación al precio de ejercicio de la opción "put" adquirida.

A 31 de diciembre de 2019 el precio de referencia del título era de 13,91 euros sin que, por tanto, las opciones "put" o "call" estuvieran "in the money".

Asumiendo, en cambio, un precio equivalente a 11,39 euros/título, es decir un 85% del precio original del "collar", la opción "put", con "strike" de 12,06 euros, pasaría a estar "in the money", evidenciándose un valor intrínseco de 8.589 miles de euros y una eficacia del 100%.

Esta variación de valor intrínseco tendría un impacto sobre el Patrimonio Neto sin tocar la Cuenta de Resultados.

Si, por otro lado, se asume un precio de16,76 euros por título (es decir una variación del 125% respecto al precio de adquisición), las opciones "call", con "strike" de 16,09 euros por acción, pasarían a estar "in the money" con un valor intrínseco de -8.589 miles de euros y una eficacia del 100%.

También esta variación transitaría directamente por Patrimonio Neto sin impactar en Cuenta de Resultados.

13.6.6 Análisis de sensibilidad y estimación de impactos en Cuenta de Resultados

Los instrumentos financieros expuestos al riesgo por tipo de cambio EUR/USD, representado principalmente por los contratos de derivados sobre divisas realizados en base a las adquisiciones de derechos y ventas de derechos, han sido objeto de un análisis de sensibilidad a la fecha de cierre del ejercicio.

El valor expuesto en el Estado de Situación Financiera de dichos instrumentos financieros ha sido rectificado aplicando al tipo de cambio de final del ejercicio una variación porcentual simétrica, igual a la volatilidad implícita a un año de la divisa en cuestión publicada por Reuter, es decir, 5,77% para el 2019 y 7,69% para el 2018.

El análisis de sensibilidad realizado demuestra que las variaciones sobre el tipo de cambio de cierre hubieran tenido un impacto directo sobre la Cuenta de Resultados que, en todo caso, no es significativo.

Análisis de derivados de activo en moneda extranjera:

31/12/2019			31/12/2018		
K USD	T.C.	Diferencias	K USD	T.C.	Diferencias
7.285	1,1234	265	9.693	1,145	508
		Análisis de sensibilidad			
7.285	1,0586	661	9.693	1,057	1.208
7.285	1,1882	(88)	9.693	1,233	(94)

Análisis de derivados de pasivo en moneda extranjera:

31/12/2019			31/12/2018		
K USD	T.C.	Diferencias	K USD	T.C.	Diferencias
1.292	1,1234	(152)	1.328	1,145	(93)
		Análisis de sensibilidad			
1.292	1,0586	(223)	1.328	1,057	(188)
1.292	1,1882	(90)	1.328	1,233	(11)

Análisis sobre el total de proveedores en moneda extranjera:

31/12/2019			31/12/2018		
K USD	T.C.	Diferencias	K USD	T.C.	Diferencias
7.713	1,1234	(109)	10.179	1,145	(386)
		Análisis de sensibilidad			
7.713	1,0586	(529)	10.179	1,057	(1.126)
7.713	1,1882	266	10.179	1,233	248

Análisis sobre el total de clientes en moneda extranjera:

31/12/2019			31/12/2018		
K USD	T.C.	Diferencias	K USD	T.C.	Diferencias
1.292	1,1234	89	1.331	1,145	68
		Análisis de sensibilidad			
1.292	1,0586	159	1.331	1,057	165
1.292	1,1882	26	1.331	1,233	(15)

14. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes

La composición de este epígrafe es como sigue:

	31.12.2019	31.12.2018
Efectivo en caja y bancos	128.993	165.737
Total	**128.993**	**165.737**

Estos saldos son de libre disposición, y se encuentran depositados en entidades financieras de reconocido prestigio internacional.

15. Patrimonio Neto

15.1. Capital social

El capital social está fijado en 163.718 miles de euros representado por 327.435.216 acciones de 0,5 euros de valor nominal cada una (mismas cifras que en diciembre de 2018).

El capital social se halla totalmente suscrito y desembolsado y se distribuye de la manera siguiente:

Titular	2019 Participación %	2018 Participación %
Mediaset S.p.A.	53,26	51,63
Mercado	42,38	48,37
Acciones propias	4,36	-
Total	**100,00**	**100,00**

Todas las acciones constitutivas del capital social gozan de los mismos derechos.

La transmisión de acciones se rige por la Ley General de la Comunicación Audiovisual 7/2010 de 31 de marzo.

15.2. Prima de emisión de acciones

La prima de emisión de acciones de la Sociedad Dominante al 31 de diciembre de 2019 asciende a 313.234 miles de euros (313.234 miles de euros al 31 de diciembre de 2018).

15.3. Otras Reservas

De acuerdo con la Ley de Sociedades de Capital, el 10% de los beneficios debe destinarse a la constitución de la reserva legal, hasta que dicha reserva alcance el 20% del capital social.

La reserva legal podrá utilizarse para aumentar el capital en la parte de su saldo que excede del 10% del capital ya aumentado. Salvo para la finalidad mencionada anteriormente y mientras no supere el 20% del capital social, esta reserva sólo podrá destinarse a la compensación de pérdidas y siempre que no existan otras reservas disponibles suficientes para este fin.

La Sociedad Dominante tiene dotada en su totalidad la Reserva Legal, incluida en el epígrafe "Otras Reservas" del Estado de Situación Financiera Consolidado adjunto por importe de 32.744 miles de euros a 31 de diciembre de 2019 (32.744 miles de euros al 31 de diciembre de 2018).

Asimismo, la Sociedad Dominante tiene dotada una Reserva por Fondo de Comercio con carácter indisponible por importe de 57.596 miles de euros.

El resto del epígrafe se corresponde con reservas de libre disposición.

15.4. Dividendos

En la Junta General de Accionistas del 10 de abril de 2019 se acordó la siguiente distribución del beneficio de la sociedad dominante correspondiente al ejercicio 2018:

Bases de reparto	
Pérdidas y ganancias (beneficio)	175.089
Total	**175.089**
Aplicación	
Dividendo ordinario	100.163
Reservas	74.926
Total	**175.089**

El dividendo ordinario percibido fue equivalente a 0,30590132 euros por acción, sin contar el importe correspondiente a las acciones propias de la sociedad.

El dividendo, ha sido abonado a los accionistas de Mediaset España Comunicación, S.A. el día 30 de abril de 2019 por importe total definitivo de 99.958 miles de euros.

15.5. Acciones Propias

El movimiento del epígrafe "Acciones Propias" ha sido el siguiente:

	Ejercicio 2019		**Ejercicio 2018**	
	Número de acciones	**Importe(*)**	**Número de acciones**	**Importe(*)**
Al inicio del ejercicio	**1**	**-**	**9.282.275**	**100.500**
Aumentos	14.419.910	95.533	36.500	343
Disminuciones	(150.838)	(979)	(9.318.774)	(100.843)
Al cierre del ejercicio	**14.269.073**	**94.554**	**1**	**-**

(*) Miles de euros

El aumento del número de acciones propias durante el ejercicio 2019 se debe fundamentalmente a las compras realizadas dentro del Plan de Recompra de

Acciones Propias aprobado por el Consejo de Administración con fecha 23 de enero de 2019. La última adquisición de acciones propias de este Plan tuvo lugar el 5 de junio de 2019.

La disminución del número de acciones propias en el ejercicio 2018 se debió fundamental a la reducción de capital aprobada por la Junta General de Accionistas de 18 de abril de 2018.

15.6. Socios Externos

El detalle por sociedades del saldo del epígrafe de "Socios externos" del Estado de Situación Financiera Consolidado al 31 de diciembre de 2019 y 31 de diciembre de 2018 es el siguiente:

	2019			2018		
	Socios Externos	Cta Rdo Sep. Atribuido a S. Externos	Cta Rdo Gl. Atribuido	Socios Externos	Cta Rdo Sep. Atribuido a S. Externos	Cta Rdo Gl. Atribuido
Megamedia Televisión, S.L.(1)	1.027	614	-	-	-	-
Supersport Televisión, S.L. (2)	1.135	563	-	-	-	-
El Desmarque Portal Deportivo, S.L. (3)	1.304	872	-	-	-	-
Total	**3.466**	**2.049**	-	-	-	-

(1) Participada en un 65% por Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U.
(2) Participada en un 62,5% por Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U.
(3) Participada en un 60% por Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U.

16. Provisiones no corrientes y contingencias

Provisiones no corrientes:

En este epígrafe se incluyen principalmente las dotaciones realizadas para cubrir, entre otros, aquellos riesgos contingentes derivados de litigios en curso, o en su caso, las actas fiscales pendientes de resolución definitiva.
Los movimientos de la misma durante los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2019 y 31 de diciembre de 2018 han sido:

Ejercicio 2019	Saldo 31.12.18	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	Saldo 31.12.19
Provisiones para riesgos y gastos	**8.945**	8.622	(3.069)	(2.633)	(739)	**11.126**

Ejercicio 2018	Saldo 31.12.17	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	Saldo 31.12.18
Provisiones para riesgos y gastos	**13.429**	6.838	(315)	(1.288)	(9.719)	**8.945**

Al 31 de diciembre de 2019 y 2018 las provisiones a largo plazo se corresponden con diversos litigios y contenciosos que el Grupo mantiene con terceros pendientes de resolución definitiva y con provisiones de retribuciones de personal a largo plazo. Por un

lado las dotaciones se corresponden con litigios que el Grupo afronta y de los que se espera una salida probable de recursos.

Adicionalmente también se dotan la parte devengada de las retribuciones a largo plazo del personal correspondiente a los planes de incentivación y fidelización a medio plazo referenciado al valor de cotización de la compañía (Nota 20). Por otro lado, las reversiones y aplicaciones se corresponden con la resolución de los litigios antes comentados.

Para todos los litigios los Administradores y sus asesores evalúan el riesgo y, en aquellos casos en los que el riesgo es probable y sus efectos económicos son cuantificables, dotan las provisiones adecuadas. Cuando los riesgos se consideran únicamente como posibles no se registra provisión y se describen a continuación.

Contingencias/ Litigios

PROCEDIMIENTO RELATIVO A LA PRESENTACION TARDÍA DEL PLAN DE ACTUACIÓN EN LA CONCENTRACION TELECINCO/CUATRO.

En 2011, la Comisión Nacional de Competencia (actual Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia CNMC) dictó Resolución en el expediente SNC/0012/11 sancionando a Mediaset España con una multa de 3.600 miles de euros.

Dicha Resolución fue recurrida ante la Audiencia Nacional que, en el seno del Procedimiento Ordinario tramitado bajo el número 474/2011, dictó la Sentencia de fecha 8 de enero de 2013, desestimado el recurso interpuesto y ratificando la sanción.

Dicha Sentencia fue objeto de Recurso de Casación ante el Tribunal Supremo, que fue estimado mediante Sentencia de fecha 21 septiembre de 2015, la cual casó y anuló la Sentencia impugnada, ordenándose devolver las actuaciones a la CNMC para que dictase una nueva resolución proporcionada a la infracción imputada y justificada.

Con fecha 12 de mayo de 2016 la CNMC dictó nueva Resolución, en la que redujo la sanción inicialmente impuesta a 1.676 miles euros. Dicha Resolución fue objeto de un nuevo recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, por considerarse que esta sanción, aparte de no estar debidamente motivada, había sido adoptada sin dar trámite de audiencia a Mediaset, seguía siendo desproporcionada en relación con la infracción cometida y sin respetar los plazos legales establecidos, incurriendo en caducidad.

Dicho recurso fue desestimado por la Audiencia Nacional mediante Sentencia de 23 de abril de 2018 con base en los mismos argumentos que ya utilizó en su Sentencia de fecha 8 de enero de 2013 (Procedimiento Ordinario 474/2011), antes citada.

Dicha Sentencia fue objeto del Recurso de Casación nº 5246/18, que tras ser admitido a trámite con fecha 19 de noviembre de 2018, fue desestimado por el Tribunal Supremo mediante Sentencia de 30 de septiembre de 2019.

Con fecha 14 de noviembre de 2019, Mediaset España interpuso Recurso de Amparo frente a la Resolución de 12 de mayo de 2016, así como contra las mencionadas Sentencias de la Audiencia Nacional, de 23 de abril de 2018, y del Tribunal Supremo, de 30 de septiembre de 2019 por haberse quebrantado gravemente las garantías procesales de Mediaset España. Este Recurso de Amparo se encuentra actualmente pendiente de resolución.

No obstante, la Compañía ha decidido dotar la correspondiente provisión para cubrir totalmente la potencial materialización de este riesgo.

PROCEDIMIENTO RELATIVO AL SUPUESTO INCUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE MEDIASET ESPAÑA EN LA CONCENTRACION TELECINCO-CUATRO.

Con fecha 6 de febrero de 2013 el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia (actual Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia CNMC) dictó Resolución en el expediente SNC/0024/12 Mediaset (la "Resolución"), en la que declaró que Mediaset España incumplió determinados compromisos y obligaciones establecidas en el expediente de concentración C-0230/09 Telecinco/Cuatro y acordó imponerle en consecuencia una sanción por importe de 15.600 miles de euros.

En concreto, según la Resolución, Mediaset España habría incumplido lo establecido en cuatro de los doce compromisos en base a los cuales se autorizó la operación Telecinco/Cuatro (los compromisos (ii), (iii), (vi) y (xii)), así como diversas obligaciones de información a la CNMC relacionadas con los compromisos.

Los compromisos establecieron ciertas restricciones a Mediaset España a fin de neutralizar o compensar, a juicio de la CNMC, los problemas de competencia que podían derivarse de la operación.

Los compromisos fueron posteriormente desarrollados de forma unilateral por parte de la CNMC mediante un "Plan de Actuaciones" que fue unilateralmente impuesto a la Compañía y que efectuó una interpretación exorbitante de los compromisos, hasta el punto de modificar sustancialmente su contenido original, tanto en materia publicitaria, como en materia de adquisición de contenidos. Así, por ejemplo, se "interpretó" que el límite de duración de los contratos de adquisición de contenidos se debía computar desde la firma de éstos, y no desde el inicio de los derechos adquiridos en cada caso.

Sin embargo, Mediaset España no incumplió ninguno de los compromisos que asumió frente a la CNMC.

Por lo expuesto, Mediaset España recurrió en tiempo y forma la Resolución ante la Audiencia Nacional, que acordó en su momento la suspensión del pago de la sanción, ante la cual continúa la tramitación del proceso, sin que se haya dictado aún una resolución al respecto.

En el ínterin, y mediante Sentencias de fecha 15 de diciembre de 2014 y 2 de noviembre de 2015, dictadas en los Recursos de Casación nº 2038/2012 y 2354/2013,

respectivamente, el Tribunal Supremo estimó parcialmente dos recursos contencioso-administrativos interpuestos contra el Plan de Actuaciones antes citado, anulando en ambos casos una parte del mismo cuyo presunto incumplimiento dio origen a la sanción impuesta. Por lo tanto, con independencia de cuál sea el resultado del recurso interpuesto directamente contra la sanción, ambos fallos ya tienen un efecto anulatorio sobre la misma, que debería en todo caso ser recalculada.

El Estado de Situación Financiera Consolidado no incluye provisión alguna en relación con esta contingencia, al estimar los Administradores y sus asesores que no es probable el riesgo de que se materialice finalmente este pasivo.

PROCEDIMIENTO RELATIVO AL SUPUESTO INCUMPLIMIENTO DE LOS COMPROMISOS DE MEDIASET ESPAÑA EN LA CONCENTRACION TELECINCO-CUATRO.

Con fecha 17 de septiembre de 2015, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia (actual Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia CNMC) dictó resolución en el expediente SNC/0036/15 Mediaset (la "Resolución"), en la que declaró que Mediaset España incumplió uno de los compromisos en base a los cuales se autorizó la operación de concentración Telecinco/Cuatro y acordó imponerle, en consecuencia, una sanción por importe de 3.000 miles de euros.

En concreto, según la Resolución, Mediaset España habría incumplido en el año 2013 lo establecido en el compromiso (ii), al haber supuestamente vinculado formalmente o de facto la venta de espacios publicitarios de Telecinco y Cuatro.

Sin embargo, Mediaset España no ha incumplido dicho compromiso, pues no se ha acreditado, más allá de cualquier duda razonable, que las conductas enjuiciadas pudieran ser constitutivas de infracción. Además, los datos de ventas de Mediaset durante el mencionado periodo demostraron, en efecto, que no hubo ningún aprovechamiento por parte de ésta de la presunta infracción que se le imputa. Por otro lado, los informes encomendados a asesores externos concluyeron, igualmente, que la actuación de Publiespaña no supuso incumplimiento alguno, ni de los compromisos, ni de la normativa reguladora de la competencia.

Por lo expuesto, Mediaset España recurrió en tiempo y forma la Resolución ante la Audiencia Nacional, ante la cual continúa tramitándose el procedimiento, sin que se haya dictado aún una resolución al respecto.

Al igual que en el caso del expediente descrito anteriormente, el Estado de Situación Financiera Consolidado no incluye provisión alguna en relación con esta contingencia, al estimar los Administradores y sus asesores que no es probable el riesgo de que se materialice finalmente este pasivo.

JUZGADO DE PRIMERA INSTANCIA Nº 6 DE MADRID: PROCEDIMIENTO ORDINARIO Nº 1181/10.

La Sociedad interpuso mediante escrito de 19 de noviembre de 2010 demanda de juicio ordinario contra ITV, solicitando que se declarase la nulidad del contrato por el que obtuvo la licencia de uso del formato Pasapalabra, así como la de otros dos contratos relacionados con éste: uno para la provisión de programas de librería y otro para el desarrollo de formatos televisivos.

ITV contestó a la demanda solicitando su íntegra desestimación y formuló reconvención, solicitando que se condenase a la Sociedad al pago de la contraprestación prevista en su favor en los tres contratos citados, y a ser indemnizada por los daños y perjuicios causados.

El 3 de febrero de 2014, el Juzgado dictó Sentencia desestimando la demanda y estimando parcialmente la reconvención, declarando que la Sociedad había incumplido los tres acuerdos suscritos con ITV y que vulneró ciertos derechos de esa compañía, condenando a la Sociedad a pagar los importes reclamados en la reconvención, que fueron ulteriormente satisfechos (en torno a quince millones de euros, de los que 5,4 millones se correspondían con el contrato del formato Pasapalabra).

Con posterioridad, la Ilma. Audiencia Provincial de Madrid, mediante Sentencia de fecha 20 de septiembre de 2016, estimó en parte el Recurso de Apelación interpuesto por la Sociedad, reduciendo en aproximadamente a la mitad la indemnización a la que fue condenada en primera instancia, al considerar que la resolución de los dos contratos firmados junto con el relativo al formato Pasapalabra, no habían sido incumplidos; quedando pendiente de determinar la compensación que debiera satisfacer la Sociedad por continuar con la utilización post-contractual del formato en el que se basa dicho programa.

Dicha Sentencia fue recurrida por ambas partes frente al Tribunal Supremo, que sólo admitió a trámite el recurso de casación formulado por Mediaset, desestimando el formulado por la representación de ITV.

Posteriormente, mediante Sentencia de fecha 30 de septiembre de 2019, el Tribunal Supremo desestimó el recurso de casación interpuesto por Mediaset, quedando firme la sentencia de la Ilma. Audiencia Provincial de Madrid de 20 de septiembre de 2016, antes citada.

El Tribunal Supremo considera que el criterio que ha de seguirse a efectos de calcular la compensación que Mediaset debe pagar a ITV por la utilización post-contractual del formato Pasapalabra, es el del beneficio obtenido por Mediaset por la utilización de dicho formato y no el de la regalía hipotética que ITV hubiera debido percibir por el otorgamiento de una licencia de utilización.

Dicha compensación debe establecerse en fase de ejecución de sentencia, mediante un procedimiento específico, de cuyo inicio aún no se tiene constancia. Teniendo en cuenta las cantidades ya contabilizadas a lo largo del procedimiento judicial, la Sociedad

considera ya cubierta en su Estado de Situación Financiera Consolidada la compensación que finalmente habrá de satisfacer a favor de ITV.

EXPEDIENTE SANCIONADOR INCOADO POR LA CNMC A MEDIASET-ATRESMEDIA POR POSIBLE INFRACCIÓN DE LOS ARTÍCULOS 1 DE LA LEY DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y 101 DEL TRATADO DE FUNCIONAMIENTO DE LA UNIÓN EUROPEA.

Con fecha 21 de febrero de 2018, se notificó a Mediaset España por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) la incoación de un expediente sancionador (S/DC/617/17) por supuesta infracción del artículo 1 de la Ley Defensa de la Competencia (LDC) y del artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), al considerar que determinadas condiciones de contratación de la publicidad televisiva establecidas por Mediaset España y Atresmedia pudieran restringir injustificadamente el funcionamiento del mercado.

Con fecha 4 de enero de 2019, la CNMC notificó a Mediaset España el Pliego de Concreción de Hechos del mencionado expediente, en el que se partía de una serie de premisas y se realizaban ciertas imputaciones que carecían de toda base fáctica y jurídica; como así fue puesto de manifiesto en el escrito de Alegaciones que la Sociedad presentó con fecha 6 de febrero de 2019.

Con fecha 7 de febrero de 2019, la Dirección de Competencia (DC) de la CNMC, de conformidad con lo establecido en el artículo 39 del Reglamento de Defensa de la Competencia, acordó el inicio de las actuaciones tendentes a la terminación convencional del expediente sancionador de referencia.

Con fecha 29 de abril de 2019, la DC acordó rechazar las propuestas de compromisos presentadas por Mediaset España (y Atresmedia), poniendo fin al procedimiento de terminación convencional. Dicho acuerdo fue objeto de recurso de reposición, que fue desestimado mediante Resolución de fecha 23 de mayo de 2019. Con fecha 29 de mayo de 2019, Mediaset España interpuso recurso contencioso-administrativo frente a dicha Resolución, que se encuentra a día de hoy en tramitación.

Sin esperar a la resolución de dicho proceso, la CNMC continuó adelante con el expediente sancionador, que concluyó mediante Resolución de 12 de noviembre de 2019, en la que se declaró a Mediaset España, así como a Atresmedia, responsables de una supuesta infracción del artículo 1 de la LDC y del artículo 101 del TFUE por la aplicación de condiciones de contratación de publicidad televisiva que, supuestamente, podrían restringir injustificadamente el funcionamiento del mercado, imponiendo en consecuencia sanciones a ambas empresas que, en el caso de Mediaset España, ascendió a 38.979 miles de euros, así como la cesación en las conductas supuestamente infractoras.

Sin embargo, la citada Resolución sancionadora carece de fundamento y prueba alguna, toda vez que, fundamentalmente, Mediaset España nunca ha coordinado su política comercial publicitaria con Atresmedia, ni ninguna de ambas empresas ostenta una posición de dominio en el mercado de la publicidad televisiva de la que pudieran abusar.

Se considera que el mercado relevante que debe tenerse en cuenta a estos últimos efectos no puede seguir siendo el mercado de la publicidad televisiva, sino el mercado de la publicidad audiovisual, mucho más amplio sin duda, compuesto, no sólo por los operadores de televisión, sino por todos los operadores audiovisuales, incluidos, por tanto, aquéllos que operan en el ámbito digital (internet, OTT's, etc.).

Además, la citada Resolución adolece de otros defectos, entre ellos: una deficiente consideración de la estructura de mercado, una base jurídica errónea, una ausencia total de prueba de los efectos supuestamente generados y un error en la calificación de las conductas, así como numerosos vicios de base en la investigación llevada a cabo por el órgano instructor de la autoridad de competencia.

Con fecha 13 de enero de 2020, dentro del plazo establecido legalmente al efecto, Mediaset España interpuso recurso contencioso administrativo contra la citada Resolución y solicitó la inmediata suspensión de sus efectos, tanto en lo relativo a la orden de cese de las conductas sancionadas como al pago de la sanción impuesta; todo lo cual se encuentra en tramitación en la actualidad, sin que se hayan adoptado aún resoluciones ni sobre las medidas cautelares ni sobre el fondo del asunto.

Los graves defectos destacados, junto con la sólida fundamentación fáctica, jurídica y económica aportada, que se encuentra apoyada en informes de expertos independientes, deberían propiciar la adopción de la medida cautelar solicitada y, en todo caso, permiten confiar en que la Resolución recurrida sea anulada en vía jurisdiccional, por lo que el Estado de Situación Financiera Consolidado no incluye provisión alguna en relación con esta contingencia, al estimar los Administradores y sus asesores que no es probable el riesgo de que se materialice finalmente este pasivo.

PROCEDIMIENTO INICIADO ANTE EL JUZGADO DE LO MERCANTIL Nº 1 DE ALICANTE (JUZGADO DE MARCA DE LA UNIÓN EUROPEA Nº 1 DE ESPAÑA) NÚMERO 000401/2014-CR.

Mediante la Sentencia de 4 de marzo de 2019, el Juzgado de Marca de la UE nº 1 de España (la "Sentencia") estima sustancialmente las pretensiones de las demandas acumuladas que fueron formuladas por ITV Global Entertainment Limited ("ITV") frente a Mediaset España Comunicación, S.A. ("Mediaset") en 2014 y 2016, y desestima la demanda reconvencional presentada por Mediaset frente a ITV frente a la última de las demandas.

En sus demandas, ITV pretendía el reconocimiento de su titularidad sobre la Marca de la Unión Europea Pasapalabra (la "MUE"), que Mediaset España cesase en su uso, y un resarcimiento por el uso indebido que ésta habría venido haciendo.

Por su parte, Mediaset España pretendía que se desestimasen las demandas de ITV y se estimase su demanda reconvencional, tendente a anular el registro de la MUE a nombre de ITV y que se reconociese la titularidad de Mediaset España sobre dicha MUE dada su contribución a la generación de la notoriedad de dicha marca a lo largo de los últimos catorce años.

El Juzgado resolvió que ITV era la titular de la MUE, a pesar de reconocer en la propia Sentencia que ésta deriva directamente de la marca previa Passaparola, que fue creada por RTI (Mediaset Italia)/Einstein Multimedia, sin ninguna intervención por parte de ITV, y que esta circunstancia suponía, por sí misma, que la inscripción de la MUE por parte de ITV sólo obedeció a un acto de mala fe.

Sobre la base del reconocimiento de ITV como titular de la MUE, la Sentencia condenó a Mediaset España al pago de una indemnización por importe de 8.702.290 euros por el uso indebido que ésta habría venido haciendo de la MUE desde el año 2009.

La citada Sentencia fue objeto de Recurso de Apelación dentro del plazo establecido, que ha sido resuelto por la Ilma. Audiencia Provincial de Alicante mediante Sentencia de 16 de enero de 2020. Aunque esta Sentencia desestima la pretensión de Mediaset sobre la titularidad de la marca Pasapalabra, considera que, dado que el título del formato y la marca recaen sobre una misma denominación (Pasapalabra), ITV no puede ver duplicada su indemnización sumando la dimanante del procedimiento 1181/2010 seguido ante el Juzgado de lo Mercantil nº 6 de Madrid (Procedimiento 1181/10), antes citado, con la resultante del procedimiento seguido ante el Juzgado de Marca de Alicante. Por ello se anula la sentencia apelada en dos importantes extremos:

- Anula completamente la condena a pagar indemnización alguna por todo el periodo que va desde el 3 de agosto de 2009 (fecha solicitud de la marca por ITV) hasta el 1 de febrero de 2016 (fecha de la concesión del registro de esa marca), por considerar que la "indemnización razonable" a que tendría derecho ITV ya ha quedado resarcida por la indemnización establecida para ese mismo periodo en el procedimiento seguido ante el Juzgado de Madrid.
- Y, en cuanto a la indemnización que correspondería al periodo entre el 2 de febrero de 2016 hasta el cese de la emisión de la emisión del programa Pasapalabra, ordena que la cantidad resultante sea minorada en el importe que, por la explotación del formato durante el mismo periodo, se deba pagar como indemnización en el procedimiento de ejecución seguido ante el Juzgado de Madrid.

Mediaset España procederá a recurrir en casación dicha sentencia ante el Tribunal Supremo, por considerar que sólo cabe indemnizar si hay daño, que en este caso no existe pues, de existir, habría sido cubierto con la indemnización que dimane el procedimiento 1181/10 seguido ante el Juzgado de Primera Instancia de Madrid, antes referido. Además, si se atiende a la política de licencias seguida por ITV, ésta sólo cobra una única cantidad por formato, título y marca, por lo que el pago de la marca ya estaría incluido, de nuevo, en la indemnización citada.

Por ello, el Estado de Situación Financiera Consolidado no incluye provisión alguna en relación con esta contingencia, al estimar los Administradores y sus asesores que no es probable el riesgo de que se materialice finalmente este pasivo.

PROCEDIMIENTO ORDINARIO Nº 1881/2019, SEGUIDO ANTE EL JUZGADO DE LO MERCANTIL Nº 13 DE MADRID, A INSTANCIAS DE SGAE.

Con fecha 14 de octubre de 2019, la Sociedad General de Autores y Editores interpuso demanda de Juicio Ordinario frente a Mediaset España, que ha sido notificada con fecha 10 de febrero de 2020, dando lugar al procedimiento oridnario nº 1881 seguido ante el Juzgado de lo Mercantil nº 13 de Madrid.

En dicha demanda la SGAE pretende que se condene a Mediaset España a *"cumplir el contrato suscrito entre las partes con fecha 23 de enero de 2018*" y al pago de la cantidad de 21.781.205,8 euros (IVA incluido), importe al que ascienden en su conjunto las tres facturas giradas por SGAE correspondientes al cuarto trimestre de 2018 y al primer y segundo trimestres de 2019, por importe de 8.091.577 euros, 6.496.182 euros y 7.193.445 euros, respectivamente (IVA incluido en todas ellas).

A la fecha de formulación de estas Cuentas Anuales, Mediaset España ya ha pagado la factura correspondiente al cuarto trimestre de 2018, si bien detrayendo de ella la cantidad 2.221.326,13 euros (IVA incluido), y ha dado orden de pago de las facturas correspondientes al primer y segundo trimestres de 2019, detrayendo de esta última la cantidad de 2.648.856,85 euros (IVA incluido). Los importes detraídos están fijados provisionalmente a falta del ajuste que pueda desprenderse de los datos exactos de recaudación y reparto, de los que sólo la SGAE dispone.

Por lo tanto, la cantidad de 21.781.205,8 euros (IVA incluido) pretendida por SGAE en su demanda, debe minorarse en la suma de 4.870.182,98 euros (IVA incluido). En cuanto a esta cantidad, que se encuentra totalmente provisionada, Mediaset considera que ha sido injustamente retenida por SGAE con base en una previa modificación de sus criterios de reparto internos, introducidos a raíz de la entrada en vigor de la Ley 2/2019, de 1 de marzo, por la que se modificó el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, concretamente el segundo párrafo artículo 159.1.

Esta modificación de los criterios de reparto, no sólo ha sido introducido con carácter retroactivo: la Ley 2/2019 entró en vigor el día 3 de marzo de 2019, no obstante lo cual la SGAE procedió a su aplicación retroactiva, haciéndola aplicable a la liquidación y reparto correspondiente al segundo semestre de 2018. Supone, además, una sustancial alteración del equilibrio económico inherente al contrato suscrito con SGAE el 23 de enero de 2018, en tanto en cuanto la tarifa negociada y aceptada por Mediaset en dicho contrato, lo fue sobre la base de mantener las expectativas de ingresos que, fundada y legítimamente, esperaba recibir como editor en virtud de los criterios de reparto vigentes a esa fecha.

Los sólidos argumentos que apoyan y fundamentan la postura de Mediaset hacen confiar en un pronunciamiento judicial favorable a sus intereses.

17. Provisiones Corrientes

El detalle que recoge este concepto para el 2019 y 2018 es el siguiente:

	Saldo a 31.12.18	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	Saldo a 31.12.19
Provisiones, rappels, responsabilidades y otros	**40.149**	36.139	(38.685)	-	10.969	**48.572**
	40.149	**36.139**	**(38.685)**	-	**10.969**	**48.572**

	Saldo a 31.12.17	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	Saldo a 31.12.18
Provisiones, rappels, responsabilidades y otros	**39.095**	38.669	(46.543)	(101)	9.029	**40.149**
	39.095	**38.669**	**(46.543)**	**(101)**	**9.029**	**40.149**

Provisiones para responsabilidades léase junto con la Nota 16.

18. Situación Fiscal

18.1. Grupo Fiscal Consolidado

De acuerdo con la normativa vigente, el Grupo Fiscal Consolidado incluye a Mediaset España Comunicación, S.A. como sociedad dominante, y, como dominadas, a aquellas sociedades dependientes españolas que cumplen los requisitos exigidos al efecto por la normativa reguladora de la tributación sobre el beneficio consolidado de los Grupos de Sociedades (Nota 4.20).

El resto de las entidades dependientes del Grupo presenta individualmente sus declaraciones de impuestos de acuerdo con las normas fiscales aplicables.

18.2. Ejercicios sujetos a inspección fiscal

Según las disposiciones legales vigentes las liquidaciones de impuestos no pueden considerarse definitivas hasta que no hayan sido inspeccionadas por las autoridades fiscales o haya transcurrido el plazo de prescripción, actualmente establecido en cuatro años.

Con fecha 13 de enero de 2016 se recibió notificación comunicando el inicio de actuaciones de comprobación e investigación por parte de la Dependencia de Control Tributario y Aduanero de la Delegación Central de Grandes Contribuyentes de la Agencia Tributaria, por los conceptos y periodos que a continuación se detallan:

Concepto/s	Períodos
Impuesto sobre Sociedades	2011 a 2014
Impuesto sobre el Valor Añadido	2012 a 2014
Retención/Ingreso a Cuenta Rendimientos Trabajo/Profesional	2012 a 2014
Retenciones a cta. imposición no residentes	2012 a 2014

Con fecha 20 de septiembre de 2016 y 5 de octubre de 2016 se firman actas de conformidad por un importe de 1.116 miles de euros quedando totalmente cerradas las actuaciones anteriormente mencionadas.

Una vez concluidas estas actuaciones de comprobación e investigación el Grupo tendría abiertos a inspección por los conceptos y periodos que a continuación se detallan:

Concepto/s	Períodos
Impuesto sobre Sociedades	2015 a 2018
Impuesto sobre el Valor Añadido	2015 a 2019
Retenciones a cta. imposición no residentes	2015 a 2019
Impuesto de las actividades del juego	2015 a 2019
Declaración anual de operaciones	2014 a 2017
Retención/Ingreso a Cuenta Rendimientos Trabajo/Profesional	2015 a 2019
Decl. Recapitulativa entreg. y adq. Intracom. bienes	2015 a 2019

Los administradores consideran que en caso de producirse tales inspecciones, las posibles contingencias no afectarían significativamente los resultados del Grupo.

18.3. Saldos mantenidos con la Administración Fiscal

Los saldos deudores y acreedores con Administraciones Públicas a 31 de diciembre de 2019 y 2018 son los siguientes:

	Saldo a 31.12.19	Saldo a 31.12.18
Activos por impuestos diferidos (Nota 18.5)	**69.954**	**79.589**
Activos por impuestos corrientes (Nota 18.4)	**15.641**	**10.395**
Impuesto sobre el Valor Añadido	1.876	57
Otros impuestos deudores	-	140
Hacienda Pública Deudora	**1.876**	**197**

	Saldo a 31.12.19	Saldo a 31.12.18
Pasivos por impuestos diferidos (Nota 18.5)	**38.447**	**28.211**
Impuesto sobre el Valor Añadido	10.933	11.892
Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas	3.697	3.244
Organismos de la Seguridad Social Acreedora	2.018	1.552
Otras Entidades Públicas	5.675	5.881
Hacienda Pública Acreedora	**22.323**	**22.569**

18.4. Gasto por Impuesto sobre Sociedades

El detalle del cálculo del gasto por Impuesto sobre Sociedades es el siguiente:

	2019	2018
Cuenta de resultados separada consolidada		
Impuesto sobre Sociedades corriente		
Gasto por Impuesto sobre Sociedades corriente	36.976	34.425
Impuesto sobre Sociedades diferido		
Relativo a incrementos y disminuciones de diferencias temporarias	19.871	30.855
	56.847	**65.280**

	2019	2018
Estado del resultado global consolidado		
Impuesto diferido relativo a partidas cargadas o abonadas en el ejercicio directamente en otro resultado global		
- Ganancia/(Pérdida) neta no realizada de activos no corrientes mantenidos para la venta	(284)	407
- Ajuste por tipo de gravamen	-	-
Impuesto diferido cargado directamente en otro resultado global	**(284)**	**407**

	2019	2018
Resultado Contable antes de Impuestos	270.609	265.606
Tipo fiscal (25%)	67.652	66.402
Diferencias permanentes	2.524	2.719
Diferencias temporarias	(3.479)	(9.387)
Deducciones y correción I.S. años anteriores	(9.850)	5.546
	56.847	**65.280**

La conciliación entre el importe neto de los ingresos y gastos del ejercicio y la base imponible (resultado fiscal) del Impuesto sobre Sociedades es la siguiente:

	2019		2018	
	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto
Resultado Consolidado Contable antes de Impuestos	270.609	-	265.606	-
Ajustes de consolidación (1)	(19.459)	-	-	-
Diferencias permanentes	10.096	-	10.875	-
Diferencias temporarias	(13.916)	-	(37.548)	-
Base imponibles (resultado fiscal)	**247.330**	**-**	**238.933**	**-**

(1) Se corresponden con eliminaciones realizadas en el proceso aplicables en el cálculo de la base imponible.

El cálculo del Impuesto sobre Sociedades a pagar es el siguiente:

	2019
Base imponible	247.330
Cuota íntegra (25%)	61.833
Compensación bases imponibles negativas	(15.458)
Deducciones y bonificaciones	(11.921)
Retenciones	(39.718)
Impuesto sobre Sociedades a devolver	**(5.265)**

	2018
Base imponible	238.933
Cuota íntegra (25%)	59.733
Compensación bases imponibles negativas	(14.934)
Deducciones y bonificaciones	(11.446)
Retenciones	(43.687)
Impuesto sobre Sociedades a devolver	**(10.334)**

El Impuesto sobre Sociedades a devolver se desglosa como sigue:

	2019	2018
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2017	-	61
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2018	10.376	10.334
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2019	5.265	-
Total (Nota 18.3)	**15.641**	**10.395**

18.5. Impuestos Diferidos

La Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades modificó el tipo de gravamen general, que pasa al 28% en 2015 y al 25% en ejercicios posteriores. Como consecuencia de ello, la Sociedad ajustó los activos y pasivos por impuesto diferido anteriores en función del tipo de gravamen vigente en la fecha estimada de reversión.

2019	Saldo a 31.12.18	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.19
		Aumentos	Disminuc.		
Activos por Impuestos Diferidos con Origen en:					
Provisión Litigios	693	-	(358)	-	335
Limitación deducibilidad amortizaciones	1.214	-	(220)	-	994
Otros conceptos	12.495	7.093	(894)	284	18.978
Deducciones pendientes de aplicar	42.033	-	(544)	-	41.489
Pérdidas a compensar	23.154	-	(14.996)	-	8.158
Total Impuesto diferido de Activo	**79.589**	**7.093**	**(17.012)**	**284**	**69.954**

2018	Saldo a 31.12.17	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.18
		Aumentos	Disminuc.		
Activos por Impuestos Diferidos con Origen en:					
Provisión Litigios	2.257	693	(2.257)	-	693
Limitación deducibilidad amortizaciones	1.674	-	(460)	-	1.214
Otros conceptos	8.898	4.950	(1.997)	644	12.495
Deducciones pendientes de aplicar	50.495	3.020	(11.482)	-	42.033
Pérdidas a compensar	37.651	643	(15.140)	-	23.154
Total Impuesto diferido de Activo	**100.975**	**9.306**	**(31.336)**	**644**	**79.589**

2019	Saldo a 31.12.18	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.19
		Aumentos	Disminuc.		
Pasivos por Impuestos Diferidos con Origen en:					
Activos Intangibles	27.974	9.324	-	-	37.298
Otros conceptos	237	-		912	1.149
Total Impuesto diferido de Pasivo	**28.211**	**9.324**	**-**	**912**	**38.447**

2018	Saldo a 31.12.17	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.18
		Aumentos	Disminuc.		
Pasivos por Impuestos Diferidos con Origen en:					
Activos financieros disponibles para la venta	-	-	-	-	-
Otros conceptos	91	-	(91)	237	237
Total Impuesto diferido de Pasivo	**18.742**	**9.325**	**(93)**	**237**	**28.211**

Los impuestos diferidos de pasivo por activos intangibles provienen de la deducibilidad procedente del fondo de comercio y la licencia adquirida.

Las deducciones pendientes de aplicar corresponden principalmente a deducciones por inversiones en producciones cinematográficas. Dichas deducciones pueden ser aplicadas durante un período de 15 años desde su devengo.

	2019	2018
	(Miles de euros)	
Deducciones pendientes año 2014	-	7.352
Deducciones pendientes año 2015	4.425	8.614
Deducciones pendientes año 2016	7.140	7.140
Deducciones pendientes año 2017	11.680	11.680
Deducciones pendientes año 2018	7.247	7.247
Deducciones pendientes año 2019	11.028	-
	41.520	**42.033**

El Grupo realiza una estimación de los beneficios fiscales que espera obtener en los próximos ejercicios. También ha analizado el periodo de reversión de las diferencias temporarias imponibles. En base a este análisis, se han registrado los activos por impuesto diferido correspondientes a los créditos fiscales y a las diferencias temporarias deducibles para las que considera probable su recuperabilidad futura.

El detalle de las bases imponibles negativas registradas que el Grupo tiene pendientes de compensar para los ejercicios 2019 y 2018 es el siguiente:

	2019	2018
	(Miles de euros)	
Año 2013	28.995	90.049
	28.995	**90.049**

El Grupo tiene bases imponibles negativas no registradas por importe de 6.857 miles de euros a 31 de diciembre de 2019 y 7.508 miles de euros a 31 de diciembre 2018,

generadas por dos sociedades del Grupo de manera previa a su incorporación al grupo de consolidación fiscal.

19. Garantías Comprometidas con Terceros

Teniendo en cuenta la naturaleza de las distintas garantías, el detalle a 31 de diciembre de 2019 y 2018 es como sigue:

Naturaleza	31.12.2019 (miles de euros)	31.12.2018 (miles de euros)
Avales Constituidos		
Avales constituidos para contratos/concesiones/concursos	68.353	55.225
Avales Constituidos como garantía ante la Agencia Tributaria	-	9.029
Avales judiciales	38.541	38.542
	106.894	**102.796**
Avales recibidos	**14.087**	**9.510**

Naturaleza	31.12.2019 (miles de dólares)	31.12.2018 (miles de dólares)
Avales Constituidos		
Avales constituidos para contratos/concesiones/concursos	-	2.062

19.1. Avales Constituidos

- Al 31 de diciembre de 2019 el Grupo tiene avales constituidos por 68.353 miles de euros necesarios para su actividad comercial (55.225 miles de euros en el ejercicio 2018).

- El Grupo tiene constituido un aval por el importe de 15.600 miles de euros ante la Sección Sexta de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional por el recurso interpuesto frente a la resolución de la Comisión Nacional de la Competencia de 6 de febrero de 2013 en el expediente SNC/0024/12, en virtud de la cual se declaró el incumplimiento por Mediaset España Comunicación, S.A. de diversos compromisos por los que se autorizó la operación Telecinco/Cuatro y se impuso en consecuencia a éste una sanción por el importe al que asciende el mencionado aval (Nota 16).

- El Grupo tiene constituidos dos avales por el importe de 14.909 y 2.091 miles de euros respectivamente ante el Juzgado de lo Mercantil nº 6 de Madrid en cumplimiento del Auto de fecha 22 de diciembre de 2014 (Nota 16).

- Existen otros avales judiciales constituidos por importe de 5.941 miles de euros.

El Grupo no considera que de los mencionados avales se devenguen pasivos.

20. Remuneraciones a largo plazo

A 31 de diciembre de 2019 no existen planes de opciones sobre acciones pendientes de ejecutar.

En los ejercicios 2019 y 2018 no se ha aprobado ningún Plan de Opciones sobre acciones, y por lo tanto, durante los ejercicios 2019 y 2018 no se ha cargado ningún importe en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias como consecuencia de estos Planes.

En el año 2016 se aprobó un sistema de incentivación y fidelización a medio plazo referenciado al valor de cotización de la compañía aplicable a partir de dicho año y destinado a los Consejeros Ejecutivos y a la Alta Dirección del Grupo. Los principales objetivos de este Plan son premiar la sostenibilidad de los resultados, alinear los intereses de los altos directivos a los de los accionistas y mejorar la composición de la retribución.

El sistema se nutre anualmente con la aportación dineraria, y a partes iguales, de la aportación de cada beneficiario y de otra a cargo del Grupo invirtiéndose ambas en la compra de acciones de Mediaset España Comunicación S.A. que son atribuidas al beneficiario.

A 31 de diciembre de 2019 y 2018, han sido registrados tres Planes de Incentivación y Fidelización a largo plazo (PIF), aprobados en los ejercicios 2017, 2018 y 2019 referidos a los períodos 2017 a 2019, 2018 a 2020 y 2019 a 2021 respectivamente. Tales Planes contemplan la atribución de derechos gratuitos para la asignación de acciones de la Sociedad a altos directivos y Consejeros Ejecutivos del Grupo, condicionado a la consecución de objetivos empresariales en dicho periodo y al mantenimiento de la relación de trabajo a la finalización del periodo de maduración. Los derechos se han atribuido a condición de que los beneficiarios destinen una parte de su retribución variable ordinaria anual al Plan en cuestión, siendo esta cantidad complementada por el empleador a título gratuito.

Todos los Planes se encontraban en fase de maduración, no siendo ejercitables ninguno de ellos por el momento y entran dentro de la categoría de “Planes Ejercitables mediante Acciones”, es decir que implican la entrega de acciones propias de la Sociedad que ésta adquiere en el mercado.

A los largo del ejercicio 2019 se ha ejercitado el PIF 2016, que comprendió desde el año 2016 a 2018, el cual se ha ejercitado por completo.

A 31 de diciembre de 2019 se ha clasificado a corto plazo, concretamente al epígrafe de “Remuneraciones pendientes de pago” la parte correspondiente al primer PIF que será pagado en el ejercicio 2019 y cuyo importe asciende a 739 miles de euros.

	PIF 2017	PIF 2018	PIF 2019
Fecha aprobación plan. Junta accionistas	27/04/2017	18/04/2018	10/04/2019
Período de maduración	01/01/17 a 31/12/19	01/01/18 a 31/12/20	01/01/19 a 31/12/21
Período de entrega de acciones	60 días siguientes Junta accionistas 2020	60 días siguientes Junta accionistas 2021	60 días siguientes Junta accionistas 2022

Seguidamente se detallan los movimientos de los Planes de incentivación y fidelización a largo plazo vigentes:

	PIF 2017	PIF 2018	PIF 2019	Total
Derechos asignados durante el ejercicio	92.570			92.570
Derechos cancelados durante el ejercicio	(4.587)			(4.587)
Derechos vigentes a 31/12/2019	87.983			87.983
Derechos asignados durante el ejercicio		114.239		114.239
Derechos cancelados durante el ejercicio		(5.605)		(5.605)
Derechos vigentes a 31/12/2019		108.634		108.634
Derechos asignados durante el ejercicio			167.156	167.156
Derechos cancelados durante el ejercicio			-	-
Derechos vigentes a 31/12/2019			167.156	167.156
				363.773

Durante el ejercicio 2019 se han registrado 1.032 miles de euros en la cuenta de pérdidas y ganancias como consecuencia de este sistema (1.034 miles de euros en diciembre de 2018) (Nota 16).

El derecho a recibir acciones está subordinado en todo caso al mantenimiento de la relación laboral al final de cada trienio.

Estos Planes de Incentivación y Fidelización se han registrado a su Fair Value:

Plan 2017: 11,29€ por acción
Plan 2018: 9,24€ por acción
Plan 2019: 6,33€ por acción

Este Fair Value se ha determinado como la media de cotización de las acciones en los 30 días naturales anteriores al Consejo de Administración que aprueba las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio anterior al de la asignación.

21. Ingresos y Gastos

21.1. La distribución del importe neto de la cifra de negocios correspondiente a las actividades ordinarias del Grupo, es la siguiente:

	2019	2018
Actividad		
Ingresos por sevicios publicitarios	880.135	924.994
Prestación servicios	53.418	41.226
Otros	5.448	8.257
Total	**939.001**	**974.477**

La distribución del importe neto de la cifra de negocios del Grupo por mercados geográficos es la siguiente:

	2019	2018
España	902.367	944.104
Unión Europea	33.580	23.028
Resto del Mundo	3.054	7.345
Total	**939.001**	**974.477**

21.2. Los gastos de personal correspondientes al 2019 y 2018 son los siguientes:

	2019	2018
Sueldos y salarios	101.136	91.240
Seguridad Social	19.752	15.908
Otras Cargas sociales	655	676
Total	**121.543**	**107.824**

El número medio de personas empleadas en el Grupo por categoría profesional ha sido el siguiente:

	2019			2018		
	Hombres	Mujeres	**Total**	Hombres	Mujeres	**Total**
Directores	74	41	**115**	76	40	**116**
Jefes	48	48	**96**	43	42	**85**
Periodistas	144	150	**294**	55	87	**142**
Administrativos/Técnicos	500	499	**999**	428	464	**892**
Otros	18	1	**19**	20	2	**22**
Personal por obra	21	15	**36**	7	3	**10**
Total personal	**805**	**754**	**1.559**	**629**	**638**	**1.267**

El desglose del personal a 31 de diciembre de 2019 y 2018 en el Grupo por categoría profesional ha sido el siguiente:

	2019			2018		
	Hombres	Mujeres	**Total**	Hombres	Mujeres	**Total**
Directores	73	39	**112**	74	41	**115**
Jefes	48	48	**96**	42	42	**84**
Periodistas	144	141	**285**	54	88	**142**
Administrativos/Técnicos	504	487	**991**	421	464	**885**
Otros	16	-	**16**	20	1	**21**
Personal por obra	28	23	**51**	7	4	**11**
Total personal	**813**	**738**	**1.551**	**618**	**640**	**1.258**

El desglose del personal con discapacidad superior al 33% a 31 de diciembre de 2019 y 2018 en el Grupo por categoría profesional ha sido el siguiente:

	2019	**2018**
	Total	**Total**
Periodistas	2	1
Administrativos/Técnicos	7	4
Total personal	**9**	**5**

21.3. El detalle del saldo incluido en "Variación de provisiones de circulante" al cierre del ejercicio, que corresponde a la provisión por insolvencias es el siguiente:

	2019	**2018**
Dotaciones	2.314	2.206
Reversiones	(3.494)	(5.021)
Total	**(1.180)**	**(2.815)**

21.4. El detalle de Otros gastos para el ejercicio 2019 y 2018 es el siguiente:

	2019	**2018**
Servicios exteriores	176.721	173.079
Tributos	24.412	25.635
Otros gastos	1.854	3.073
Exceso de provisiones	(3.506)	(1.944)
Total	**199.481**	**199.843**

El exceso de provisiones recoge principalmente la reversión de provisiones explicadas en las Notas 16 y 17.

21.5. Servicios prestados por los auditores

Incluido en el epígrafe de "Otros gastos de explotación" de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada adjunta, se recogen los honorarios relativos a servicios de auditoría de Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo prestados por el auditor Deloitte por importe de 305 miles de euros en el ejercicio 2019 (255 miles de euros para el ejercicio 2018 por el auditor Deloitte).

Los honorarios relativos a otros servicios profesionales prestados por el auditor principal o cualquier entidad vinculada a él han ascendido a 64 miles de euros en el 2019 (43 miles de euros en 2018) y conforme al siguiente detalle, en miles de euros:

	2019	2018
Otros servicios de verificación	49	43
Servicios fiscales	-	-
Otros	15	-
	64	**43**

21.6. El ingreso/gasto financiero neto del Grupo en los ejercicios 2019 y 2018 ha sido como sigue:

	2019	2018
Ingresos por intereses	480	604
Gastos por intereses	(800)	(2.458)
Total	**(320)**	**(1.854)**

Los ingresos financieros se producen principalmente por intereses de créditos a empresas vinculadas por intereses derivados de la inversión de los excesos de tesorería.

Los gastos financieros se deben a comisiones de disponibilidad asociadas a las líneas de crédito.

21.7. Diferencias de Cambio

El desglose de las diferencias de cambio de los ejercicios 2019 y 2018 es como sigue:

	2019	2018
Diferencias positivas de cambio	1.093	2.802
Diferencias negativas de cambio	(970)	(2.527)
Total	**123**	**275**

El volumen de transacciones que se ha realizado en moneda extranjera, en las activaciones de derechos de propiedad audiovisual y derechos de distribución asciende a 15 millones USD en el ejercicio 2019 y a 19 millones USD en el 2018.

Asimismo, dentro del apartado de deudas por compras de Derechos Audiovisuales, 6.869 miles de euros están denominados en dólares en el ejercicio 2019 y 8.820 miles de euros en el 2018.

Dentro del apartado de clientes por ventas y prestación de servicios, 270 miles de euros están denominados en dólares en el ejercicio 2019, frente a 370 miles de euros, en el 2018.

21.8. Arrendamiento Operativo

El importe recogido en concepto de arrendamiento operativo para cada ejercicio es:

	2019	**2018**
	Miles de euros	
Cuotas de arrendamientos operativos reconocidas en resultados del ejercicio	695	1.421
	695	**1.421**

Los compromisos futuros de arrendamientos operativos asumidos por el Grupo tienen un vencimiento de un año, y son por un importe similar a los asumidos en el presente ejercicio.

21.9. Ingresos/(gastos) de activos financieros no corrientes

De la venta del 22% del capital social de Distribuidora de Televisión Digital, S.A. a Telefónica de Contenidos, S.A. con fecha 4 de julio de 2014, se acordó un importe complementario adicional de hasta 30.000 miles de euros derivados del potencial incremento del número de abonados de la plataforma desde el momento en que el control de la misma pasara a poder de Telefónica y con una efectividad de cuatro años a partir de ese momento. El ingreso registrado en el ejercicio 2019 en relación al importe complementario ha ascendido a 2.863 miles de euros (4.528 miles de euros en 2018).

Adicionalmente, se ha registrado en este epígrafe el beneficio originado en las operaciones sobre Megamedia Televisión, S.L. y Supersport Televisión, S.L. por importe conjunto de 743 miles de euros.

22. Beneficio por Acción

A 31 de diciembre el cálculo del promedio ponderado de acciones disponibles y diluidas es el siguiente:

	31.12.19	31.12.18
Total acciones emitidas	**327.435.216**	**327.435.216**
Menos: Acciones propias ponderadas	(6.970.426)	(426)
Total de acciones en circulación	320.464.790	327.434.790
Efecto dilutivo de opciones por acciones	-	-
Número total de acciones para el cálculo del beneficio por acción diluido	320.464.790	327.434.790

22.1. Beneficio Básico por Acción:

El beneficio básico por acción se determina dividiendo el resultado neto atribuido al Grupo en el ejercicio entre el número medio ponderado de las acciones en circulación durante dicho ejercicio, excluido el número medio de las acciones propias mantenidas a lo largo del mismo.

De acuerdo con ello:

	31.12.19	31.12.18	Variación
Resultado neto del ejercicio (miles de euros)	211.713	200.326	11.387
Acciones en circulación	327.434.790	327.434.790	0
Beneficio básico por acción (euros)	**0,65**	**0,61**	**0,03**

22.2. Beneficio Diluido por Acción:

El beneficio diluido por acción se calcula como el cociente entre el resultado neto del período atribuible a los accionistas ordinarios ajustados por el efecto atribuible a las acciones ordinarias potenciales con efecto dilutivo y el número medio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el período ajustado por el promedio ponderado de las acciones ordinarias que serían emitidas si se convirtieran todas las acciones ordinarias potenciales en acciones ordinarias de la sociedad. A estos efectos se considera que la conversión tiene lugar al comienzo del período o en el momento de la emisión de las acciones ordinarias potenciales, si éstas se hubiesen puesto en circulación durante el propio período.

De acuerdo con ello:

	31.12.19	31.12.18	Variación
Resultado neto del ejercicio (miles de euros)	211.713	200.326	11.387
Acciones para el cálculo del beneficio por acción diluido	327.434.790	327.434.790	0
Beneficio diluido por acción (euros)	**0,65**	**0,61**	**0,03**

23. Operaciones con Partes Vinculadas

23.1. Operaciones con empresas asociadas y con accionistas

Las operaciones entre la Sociedad y sus sociedades dependientes, que son partes vinculadas, han sido eliminadas en el proceso de consolidación y no se desglosan en esta Nota. Las operaciones entre el Grupo y sus empresas asociadas y otras partes vinculadas se desglosan a continuación. Las operaciones entre la Sociedad y sus sociedades dependientes y empresas asociadas se desglosan en las Cuentas Anuales Individuales.

La financiación con empresas asociadas se materializa en pólizas de crédito o préstamos comerciales.

Los clientes y las deudas corrientes que el Grupo tiene con partes vinculadas son los siguientes:

	31.12.2019		31.12.2018	
	Saldos Deudores (Nota 13.6.1)	Saldos Acreedores (Nota 13.2)	Saldos Deudores (Nota 13.6.1)	Saldos Acreedores (Nota 13.2)
Producciones Mandarina, S.L.	11	2.926	32	1.726
La Fábrica de la Tele, S.L.	2	5.906	-	4.609
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	181	(10)	244	80
Megamedia Televisión, S.L.	-	-	124	3.726
Supersport Televisión, S.L.	-	-	102	997
Alea Media, S.A.	21	28	-	463
Melodía Producciones, S.L.	-	-	-	-
Bulldog Tv Spain, S.L.	-	1.972	32	1.106
Alma Productora Audiovisual, S:L.	1	1.052	2	959
Unicorn Content, S.L.	-	2.881	14	3.229
Pagoeta Media, S.L.U.	2	-	-	-
Grupo Mediaset Italia	383	2.693	768	2.474
Total	**601**	**17.448**	**1.318**	**19.369**

Los clientes con todas las empresas vinculadas por vencimientos son los siguientes:

Ejercicio 2019	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	219	219	-	-
Grupo Mediaset Italia	382	382	-	-
Total (Nota 13.6.1)	**601**	**601**	**-**	**-**

Ejercicio 2018	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	550	550	-	-
Grupo Mediaset Italia	768	768	-	-
Total (Nota 13.6.1)	**1.318**	**1.318**	**-**	**-**

Las deudas corrientes con todas las empresas vinculadas por vencimientos son los siguientes:

Ejercicio 2019	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	14.755	14.755	-	-
Grupo Mediaset Italia	2.693	2.693	-	-
Total	**17.448**	**17.448**	**-**	**-**

Ejercicio 2018	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	16.895	16.895	-	-
Grupo Mediaset Italia	2.474	2.474	-	-
Total	**19.369**	**19.369**	**-**	**-**

Los importes pendientes de pago no están garantizados y se liquidarán en efectivo. No se han otorgado ni recibido garantías. No se han dotado cantidades significativas de provisión para insolvencias en relación con los importes debidos por las partes vinculadas.

Créditos a largo plazo a empresas vinculadas

A 31 de diciembre de 2019 se recoge principalmente el préstamo concedido a Alea Media, S.A. por 1.800 miles de euros (800 miles de euros a 31 de diciembre de 2018).

Las operaciones entre la Sociedad y sus sociedades dependientes, que son partes vinculadas, han sido eliminadas en el proceso de consolidación y no se desglosan en esta nota. Durante el ejercicio, las sociedades del Grupo han realizado las operaciones siguientes con sus empresas asociadas:

	Ventas		Otros ingresos		Compras bienes		Otros gastos		Compra Inmovilizado	
	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018
Producciones Mandarina, S.L.	53	124	-	-	3.699	3.130	-	-	3.325	4.275
La Fábrica de la Tele, S.L.	44	88	-	-	28.137	24.419	-	-	-	-
Megamedia Televisión, S.L.	-	362	-	-	-	10.293	-	-	-	886
Supersport Televisión, S.L.	-	494	-	-	-	10.075	-	-	-	-
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	30	198	-	-	-	73	-	-	-	-
Melodía Producciones, S.L.	-	-	41	9	38	1.330	-	-	-	7.588
Alea Media, S.A.	60	-	84	17	42	463	-	-	10.602	5.423
Pagoeta Media, S.L.U.	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Grupo Pegaso	-	-	-	665	-	-	-	692	-	-
Grupo Mediaset Italia	3.145	1.762	24	156	2.171	1.949	1.274	1.414	-	-
Bulldog Tv Spain, S.L.	1	47	-	-	25.143	20.932	-	-	-	-
Alma Productora Audiovisual, S.L.	8	10	-	-	3.919	1.593	-	-	-	-
Unicorn Content, S.L.	8	1	-	-	18.729	1.602	-	-	-	-
Total	**3.351**	**3.086**	**149**	**847**	**81.878**	**75.859**	**1.274**	**2.106**	**13.927**	**18.172**

Los dividendos recibidos de partes vinculadas en los ejercicios 2019 y 2018 son los siguientes:

	2019	2018
La Fábrica de la Tele, S.L.	1.096	859
Producc. Mandarina, S.L.	-	61
Megamedia Televisión, S.L.	-	280
Supersport Televisión, S.L.	-	442
Bulldog Tv Spain, S.L.	600	750
	1.696	**2.392**

23.2. Remuneración a Administradores

La remuneración total devengada por los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad dominante ascendió en el ejercicio 2019 y 2018 a 5.679 y 5.298 miles de euros, respectivamente, en concepto de salario y otras retribuciones en especie. Adicionalmente, se ha desembolsado un valor de 386 miles de euros en 2019, de acuerdo al Plan de Incentivos descrito en la nota 20.

Asimismo la Sociedad no ha otorgado a los Administradores ningún anticipo ni crédito y no tiene asumida ninguna obligación o garantía por pensiones, por cuenta de ningún miembro de su Consejo de Administración.

Durante los ejercicios 2019 y 2018 no se han concedido planes de opciones sobre acciones a los Administradores.

Otra información referente al Consejo de Administración

En relación con el artículo 229 de la Ley de Sociedades de Capital, los Administradores han comunicado que no tienen situaciones de conflicto con el interés de la Sociedad.

Durante el ejercicio 2019 se han satisfecho primas de seguros de responsabilidad civil de los administradores de la Sociedad dominante por daños ocasionados en el ejercicio del cargo por importe de 53 miles de euros (55 miles de euros en el ejercicio 2018).

Durante el ejercicio 2019 ninguna persona física ha representado a la Sociedad dominante en órganos de administración, ya que no ha sido persona jurídica administradora en ninguna sociedad.

Retribución a la Alta Dirección

La remuneración de los miembros de la Alta Dirección del Grupo y personas que desempeñan funciones asimiladas, excluidos quienes, simultáneamente, tienen la condición de miembro ejecutivos del Consejo de Administración, se desglosa en la forma siguiente:

Número de personas		Total Retribuciones (miles de euros)	
2019	**2018**	**2019**	**2018**
19	20	8.379	8.105

La identificación de los miembros de la alta dirección se incluye en el Informe de Gobierno Corporativo.

Los conceptos retributivos consisten en una retribución fija y una retribución variable. La retribución variable se determina mediante la aplicación de un porcentaje a la retribución fija para cada caso, en atención al cumplimiento de determinados objetivos anuales.

Al igual que en 2018, en el ejercicio 2019 no se han asignado opciones sobre acciones a la Alta Dirección.

24. Hechos relevantes posteriores al cierre

No se han producido hechos relevantes posteriores salvo lo descrito en la Nota 1.2 de estas notas explicativas.

LA ECONOMIA ESPAÑOLA EN 2019

Los datos sobre la evolución económica disponibles a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales Consolidadas indican que en 2019 la economía española habrá avanzado en torno a un 1,9%, un registro 5 décimas inferior al anotado en 2018 y que incorpora un crecimiento de 0,4 puntos en el cuarto trimestre del año, una tasa idéntica a la del trimestre anterior y que dibuja un escenario de estabilidad en la recta final del ejercicio, si bien con una cierta pérdida de tracción respecto al año anterior para el conjunto del ejercicio producto de un menor dinamismo de la demanda interna (con una contribución de en torno a 1,6 puntos entre consumo e inversión) y de una contribución más baja por parte del sector exterior (0,3 puntos) debido a la situación del comercio mundial en un entorno de fricción entre China y Estados Unidos, de incertidumbre sobre el Brexit, y de atonía en el desempeño económico de nuestros principales socios comerciales.

A nivel global, las estimaciones son que el crecimiento en 2019 estará en el entorno del 3%, el registro más bajo desde el fin de la Gran Crisis y que engloba desde el 2,3% de crecimiento en Estados Unidos hasta el 1,1% estimado para el conjunto de la Unión Europea, que aún continúa creciendo por debajo de la economía española, siendo de resaltar el decepcionante comportamiento de la economía alemana, tradicionalmente la gran locomotora de la UE y que ha sido muy castigada en 2019 por la contracción del comercio mundial (se espera que su PIB avance tan sólo un 0,6% en el conjunto del año), y de la italiana, con un crecimiento de tan sólo un 0,2% en el ejercicio.

En términos de empleo, el crecimiento experimentado en el año ha permitido reducir la tasa de desempleo en nuestro país hasta el 13,8% a final del ejercicio, el registro más bajo desde 2008, si bien es cierto que ha habido una ralentización en la creación de empleo, que ha anotado sus cifras más bajas desde el inicio de la recuperación a pesar de un magnífico cuarto trimestre que sorprendió con casi cien mil nuevos puestos de trabajo.

En cuanto a la inflación, ésta ha cerrado el año en el 0,8%, con una tasa media para el año del 0,7%, una cifra muy por debajo de la registrada en 2018 debido fundamentalmente al comportamiento de los precios de la energía. La inflación subyacente, que excluye estos productos, se mantuvo estable en el 1,1%.

Por lo que respecta a 2020, la mayor parte de las previsiones apuntan a que España crecerá a un ritmo inferior al de 2019, en el entorno del 1,6% según el consenso. En cuanto a su composición, se estima que la mayor parte del mismo provenga de la demanda interna ya que se prevé que la aportación del sector exterior sea cero o, incluso, marginalmente negativa.

El consenso de analistas apunta hacia una tasa media de inflación en el entorno del 1,1%, es decir cuatro décimas por encima de la registrada en 2019 mientras que, por lo que respecta a la creación de empleo, las proyecciones dibujan una ralentización en el número de nuevos puestos de trabajo en línea con la tendencia ya observada el pasado año y también con la menor tasa de crecimiento económico que constituye el escenario central de todas las predicciones, de modo que es probable que la tasa de paro no disminuya de manera apreciable en el año.

Hay que tener en cuenta que la mayor parte de las proyecciones económicas a nivel global sostienen que la tasa de crecimiento en 2020 no debiera diferir mucho del 3% experimentado en 2019, fundamentalmente por el mantenimiento de la mayor parte de las incertidumbres ya existentes en 2019 (tensiones comerciales, Brexit, inestabilidad geopolítica) que, aunque en algunos casos se hayan mitigado en los últimos meses, ni mucho menos han desaparecido por completo del entorno internacional mientras que, por otra parte, han aparecido nuevos focos de inestabilidad entre los que cabe destacar de manera muy especial el brote de coronavirus que, a fecha de formulación de estos Estados Financieros, se sabe está teniendo ya un impacto no menor a nivel global tanto social como económicamente y cuyas implicaciones últimas estamos aún lejos de poder determinar con claridad.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Mediaset España Comunicación, S.A., cabecera del Grupo Consolidado Mediaset España, tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. A 31 de diciembre de 2019 explota comercialmente siete canales de Televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y Be Mad) y es la cabecera de un Grupo de sociedades conocido como Grupo Mediaset España Comunicación.

El Capital Social de la Sociedad Dominante se encuentra distribuido de la siguiente forma al cierre de los ejercicios 2019 y 2018:

Titular	2019 Participación %	2018 Participación %
Mediaset S.p.A.	53,26	51,63
Mercado	42,38	48,37
Acciones propias	4,36	-
Total	**100,00**	**100,00**

Históricamente, la actividad del Grupo se ha centrado fundamentalmente en la explotación publicitaria de los canales de televisión de la que su sociedad dominante es concesionaria, si bien ampliándose en los últimos años hacia negocios complementarios y ligados al televisivo tradicional tales como:

-Producción Audiovisual
-Distribución de contenidos
-Venta de Publicidad digital

EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2019

Como se indicaba en los Informes de Gestión que acompañaban a las Cuentas Anuales Consolidadas de 2018, los datos oficiales del mercado publicitario de TV para ese ejercicio hechos públicos por Infoadex mostraban una ligera caída respecto al año anterior, lo que apuntaba hacia un mercado sin crecimiento si se tomaban conjuntamente los datos publicitarios TV de 2017 y 2018.

Por lo que respecta a 2019, según los datos recientemente hechos públicos por Infoadex la publicidad en TV ha caído en 2019 un 5,8%, el peor registro desde el comienzo de la recuperación económica en 2014.

Existen bastantes y variados factores que ayudan a explicar este comportamiento del mercado como son: una comparativa contra un ejercicio (2018) que contaba con un evento deportivo de relevancia (el Campeonato del Mundo de Fútbol FIFA 2018), el irregular desempeño de algunos sectores clave en el mercado de publicidad y un cierto agotamiento del consumo privado que, tras años de crecimiento elevado favorecido, especialmente por lo que a bienes de consumo duradero se refiere, por el efecto despegue tras los años de aplanamiento producto de la crisis, ha reducido últimamente sus tasas de crecimiento en favor de otros componentes del PIB.

Adicionalmente, y como ya apuntábamos el año pasado, estamos en presencia de una incontestable volatilidad por lo que respecta al comportamiento del mercado mes a mes y trimestre a trimestre y tras la que se observa un enfoque muy táctico por parte de los anunciantes en la determinación de los tiempos para la contratación de sus inversiones publicitarias en función de la evolución de los mercados en los que se desarrolla su actividad.

Estas tendencias de mercado apuntan en realidad a una convergencia cada vez mayor entre TV y soportes digitales y aconsejan razonar en términos de un “Mercado Audiovisual” que englobe tanto el mercado publicitario de televisión como el digital que oferta contenidos de video, ya que el conjunto de ambos conforma un escenario ciertamente novedoso en el que se amplían tanto las formas de consumo como la oferta de los operadores, quienes, a su vez, se ven obligados a competir con nuevos participantes que ofrecen contenidos de video en un mercado cada vez más diversificado.

Según esta definición, y de acuerdo a los datos de Infoadex, el Mercado Audiovisual alcanzó en 2019 los 3.429,6 millones de Euros de inversión, una cifra prácticamente idéntica a la del año anterior y que recoge tanto la evolución del mercado de publicidad TV en el ejercicio (-5,8% hasta los 2.002,8 millones de Euros) como la de la parte video + display de la publicidad digital, que crece un 8,3% en el año hasta alcanzar los 1.426,8 millones.

El Grupo Mediaset alcanza el 26,3% de cuota de este mercado a través de sus canales de televisión, plataformas digitales de contenidos y conjunto de webs que combinan la notoriedad y cobertura de la oferta televisiva tradicional con una sólida plataforma digital que comprende venta directa y programática, video, catálogo de “display” y desarrollo de “branded content”.

Un año más, el consumo de televisión (medido en minutos por espectador y día) ha seguido fuerte ya que, si bien anotando descensos desde los máximos históricos alcanzados a mediados de 2013 (datos que, por otra parte, estaban seguramente inflados por la severidad de la crisis económica) y también una ligera flexión respecto a las cifras del ejercicio anterior, continúa mostrando unas cifras que son de las más altas de nuestro entorno, lo que constituye sin duda un signo claro de la buena salud del medio televisivo como herramienta de comunicación comercial. En concreto, las cifras a 31 de diciembre de 2019 muestran un consumo medio por espectador de 222 minutos/día frente a los 234 minutos del año anterior.

En cuanto a los precios, éstos han continuado su recuperación en el año, si bien a un ritmo menor que en los ejercicios anteriores, estimándose que a finales del ejercicio quedaría aún

por recuperar en torno al 50% de la pérdida experimentada desde los máximos de mercado registrados en 2007, mientras que la ocupación publicitaria se acercó en el año a niveles cercanos al 90%.

Por lo que respecta al Grupo Mediaset, vale la pena reseñar que en 2019 hemos alcanzado una cuota del 43,4 de la inversión en el medio TV según los datos de Infoadex, escalando una décima respecto al registro obtenido en 2019, un guarismo muy reseñable ya que el año pasado emitimos la totalidad de los partidos de fútbol de la Copa del Mundo FIFA 2018, lo que quiere decir que, eliminando dicho impacto en la base de comparación, la cuota de mercado que hemos ganado sería aún mayor como resultado de la solidez, diversidad y profundidad de nuestra parrilla de programación.

Estos valores nos sitúan a 2,7 puntos porcentuales de distancia de nuestro principal competidor, que anota un 40,7%.

En cuanto a la audiencia, los datos del año (siempre en términos de Total Día) muestran que nuestro Grupo continúa siendo líder a nivel global con un 28,9% de audiencia y marcando una diferencia de 2,7 puntos con nuestro principal competidor (la diferencia fue de dos puntos en 2018).

El canal Telecinco ha liderado una vez más la audiencia con un 14,8%, a 2,7 puntos de diferencia de su principal competidor (8 puntos en 2018), mientras que Cuatro alcanzaba el 5,3% y un 8,8% el resto de los canales temáticos del Grupo, lo que les situó a una distancia de 1,2 puntos respecto a la marca obtenida por los canales temáticos de su principal competidor.

Comparando los resultados del Grupo en 2019 con los correspondientes a 2018 se aprecia lo siguiente:

- Los ingresos de explotación pasan de los 981.564 miles de euros a los 946.241 miles de euros fundamentalmente por la caída de los ingresos publicitarios TV en el ejercicio.
- Los gastos de explotación pasan de 724.672 miles de euros en 2018 a 681.347 miles de euros, una reducción muy considerable que refleja la adaptabilidad de nuestro modelo de negocio a la realidad del mercado sin por ello afectar a los objetivos de liderazgo tanto en audiencia como en mercado de publicidad y que, un año más, se han alcanzado de manera nítida.
- Finalmente, el resultado neto atribuible a la Sociedad Dominante en el ejercicio 2019 se sitúa en 211.713 miles de euros frente a los 200.326 miles de euros registrados en 2018, un incremento obtenido en el contexto de un mercado publicitario a la baja a demostración, una vez más, de la capacidad del Grupo para gestionar la base de costes de manera integral a la vez que se cumplen los de objetivos operativos y financieros fijados a principio de año.

En noviembre de 2019 el Grupo adquirió el 5,5% de las acciones del operador de televisión alemán Prosieben Sat lo que, sumado al 10% detentado por el accionista mayoritario Mediaset SpA, convierte a Mediaset en su máximo accionista. Esta operación tiene un carácter netamente industrial y está íntimamente relacionada con el objetivo estratégico del Grupo de aunar esfuerzos tendentes a favorecer la creación de un grupo paneuropeo de comunicación capaz de enfrentarse a los nuevos desafíos tecnológicos y de competir eficazmente con los

nuevos operadores digitales de carácter global. Dicha adquisición se llevó a cabo a través de una combinación de compra directa de acciones y de derivados contratados con una institución financiera de primer nivel.

DIVIDENDOS Y AUTOCARTERA

En el ejercicio 2019 se repartió un dividendo ordinario con cargo a los resultados de 2018 por importe de 99.958 miles de euros equivalente a 0,30590132 por acción en circulación.

Durante el ejercicio se puso en marcha un Plan de Recompra de Acciones aprobado por el Consejo de Administración el 23 de enero. Las compras se realizaron hasta el 5 de junio de 2019 y resultaron en una adquisición total de 14.419.910 acciones, equivalentes a un 4,36% del capital social de la Sociedad dominante habiéndose desembolsado 94,5 millones de euros en la ejecución del Plan.

INVERSIONES EN DERECHOS Y EN CINE

El Grupo Mediaset España continúa con su política de inversiones en derechos audiovisuales aplicando una cuidada selección en cuanto a la tipología y a los contenidos con el objetivo de sostener en el futuro los índices de audiencia y garantizar una óptima explotación publicitaria.

Asimismo, el Grupo pone especial énfasis en la inversión en series de producción nacional.

Mención especial merece la actividad desarrollada por Telecinco Cinema, una sociedad 100% perteneciente al Grupo y que es la encargada de canalizar la obligación legal de invertir en cine español y europeo el 3% de los ingresos de explotación de la Sociedad dominante.

Bajo la premisa de que la inversión cinematográfica nace de una obligación legal y no de una decisión libre debemos señalar que se ha apostado en general por la calidad y ambición de los proyectos que se acometen a partir de un criterio estratégico global que impregna su actividad en este campo y por el que se opta, siempre que resulta factible, por producciones de una cierta dimensión y tamaño que favorezcan el acceso a una explotación internacional de las mismas en función de las condiciones de mercado y de nuestra capacidad financiera, ya que la obligación se impone sobre los ingresos generados independientemente de su tendencia o evolución y sin consideración alguna hacia los costes incurridos o los márgenes obtenidos.

En definitiva, el objetivo es aunar eficazmente capacidad financiera, talento, rentabilidad y oportunidades para nuestros profesionales más brillantes o prometedores con el ánimo de, en la medida de lo posible y considerando que se trata de una actividad no voluntaria, intentar rentabilizar la inversión, produciendo películas que combinen calidad y comercialidad, todo ello bajo el sello distintivo de nuestro Grupo.

Pues bien, siguiendo la estela de los magníficos resultados obtenidos en años anteriores y que han aupado a Telecinco Cinema al puesto de productora líder en España, en 2019 hemos conseguido que los dos títulos estrenados entraran en el grupo de las cinco películas más vistas del año superando cada una de ellas los diez millones de euros de recaudación.

El primer título que comercializamos fue “La dejo cuando quiero”, un “remake” de la aclamada comedia italiana “Smetto quando voglio” y que, dirigida por Carlos Therón y contando con un elenco de jóvenes actores, se lanzó en abril de la mano de Sony Pictures. La cinta fue vista en sala por un millón ochocientos mil espectadores que dejaron más de once millones de euros de ingresos de taquilla.

“Si yo fuera rico”, dirigida por Álvaro Fernández Armesto y protagonizada por Alex García y Alexandra Jiménez, es un “remake” de la comedia francesa “Si J’etais riche” y se estrenó en el mes de noviembre. A fecha de hoy, la película aún continúa exhibiéndose en salas y ha contado con más de dos millones de espectadores que han dejado más de doce millones de euros de recaudación.

2019 fue además un año de gran actividad en la producción cinematográfica, de manera que hay programados cuatro estrenos para 2020, todos ellos de envergadura y pertenecientes a diversos estilos en línea con el concepto de variedad de géneros que es sello distintivo de nuestra productora.

El primer estreno del año fue “Adú” y su lanzamiento tuvo lugar a finales de enero de la mano de Paramount Pictures, superando el millón de euros de recaudación en su primer fin de semana de exhibición y habiéndose aupado a la fecha de formulación de estas Cuentas Anuales al primer lugar del ranking de películas españolas estrenadas este año. Dirigida por Salvador Calvo y protagonizada por Anna Castillo, Luis Tosar y el niño Mustapha Oumarau, ha sido rodada en diferentes zonas de África y España.

“Operación Camarón”es una comedia “remake” de la italiana “Song’ e Napule” que, distribuida por “The Walt Disney Company”, dirigida por Carlos Therón y protagonizada por Julián López y Natalia de Molina, llegará a las pantallas el próximo mes de marzo.

“Malnazidos” se estrenará en salas en septiembre. Se trata de un film dirigido por Javier Ruíz Caldera y protagonizado por Miki Esparbé y Aura Garrido que será distribuido por SonyPictures Entertainment.

Finalmente, “Waydown” es nuestro proyecto más ambicioso del año. Dirigida por Jaime Balagueró, ha sido rodada en inglés y cuenta con un reparto internacional de primera línea en el que destacan Freddy Highmore (“The good doctor”), Liam Cunningham (“Juego de Tronos”) y los españoles José Coronado y Luis Tosar. Su estreno tendrá lugar en noviembre también de la mano de Sony Pictures Entertainment.

INTERNET

En 2019 nuestro Grupo ha consolidado su liderazgo en consumo de video digital según datos de Comscore, alcanzando su mejor resultado histórico con 4.778 millones de vídeos vistos entre enero y diciembre, una cifra que prácticamente duplica la de 2018 y que nos sitúa a gran distancia de nuestro principal competidor, que registra 3.070 millones, y de la televisión pública estatal que anota 682 millones. Con estos datos, el Grupo Mediaset se aúpa a la tercera posición del ranking global de consumo de videos, superada solamente por Google y VEVO.

Los datos atestiguan que hemos asistido en el año a un gran crecimiento en el consumo de video en las distintas cabeceras, destacando Telecinco.es, que ha cerrado el ejercicio con un

incremento del 90% respecto a 2018 alcanzando los 926 millones de videos descargados (casi el triple que Antena3.com, que anota 357 millones) y Cuatro.com, que sube un 92% y se sitúa en 234 millones de videos vistos, por encima de lasexta.com que se apunta 207 millones).

En cuanto a las plataformas de contenido de televisión, Mitele.es refuerza su liderazgo en consumo de video con 2.600 millones de descargas, lo que representa un crecimiento del 70% (Atresplayer, uno de sus principales competidores, alcanzó los 1.444 millones), mientras que la plataforma de contenidos nativos digitales Mtmad ha conseguido un total de 233 millones de videos vistos, nada menos que cuatro veces el registro de 2018.

Por lo que respecta al tráfico, destaca nuevamente el crecimiento de los sites de Telecinco.es y Cuatro.com, que han acabado el año con 9,8 y 4,6 millones de usuarios únicos en diciembre, respectivamente. Además, Mitele.es alcanzó los 2,8 millones de usuarios únicos según datos de Comscore.

Por su parte, los canales de Mediaset España en Youtube cerraron el año con más de 640 millones de videos acumulados de enero a diciembre, duplicando el dato del ejercicio precedente, al tiempo que las apps del Grupo sumaban cinco millones de descargas, destacando en este aspecto las apps de Mitele (3,8 millones de descargas) y Gran Hermano (920.000).

Especial atención merece el nacimiento de la plataforma de pago Mitele PLUS a finales de julio. Esta plataforma pone a disposición del usuario y sin publicidad los contenidos habituales de Mediaset a la vez que incorpora otros (incluyendo los deportivos entre los que sobresalen la Liga Santander y Smartbank, la Liga de Campeones y la Europa League) en directo y a la carta, complementando además la oferta con contenidos exclusivos para los usuarios de Mitele Plus como el catálogo de telenovelas turcas, canales exclusivos 24 horas de los principales “realities” del Grupo, preestrenos de programas en exclusiva y contenidos VOD de otros formatos como MYHYV. En 2019, la plataforma de Mitele Plus alcanzó los 123.845 suscriptores.

Por último, señalar el nacimiento de las webs de NIUS, nuevo diario digital de Mediaset, y de Uppers, un portal vertical centrado en información y entretenimiento para un público “senior”. Ambas iniciativas han tenido una tendencia alcista desde su creación hasta alcanzar los 941.000 y 404.000 usuarios únicos respectivamente a finales de 2019.

ACCIONES PROPIAS

A 31 de diciembre de 2019 el Grupo poseía 14.269.073 acciones propias de la Sociedad dominante equivalentes al 4,36% del capital social y por un valor nominal de 7.135 miles de euros, mientras que a 31 de diciembre de 2018 la autocartera era de tan sólo una acción, estando por debajo del máximo permitido por la Ley de Sociedades de Capital para entidades cotizadas.

PAGO A PROVEEDORES

En el año 2019 el período medio de pago a los proveedores nacionales del Grupo ha sido de 68 días, una cifra ligeramente superior a la registrada en 2018 (65 días).

Cabe resaltar que la diferencia respecto al máximo estipulado en la normativa sobre morosidad se debe casi exclusivamente al riguroso control ejercitado por el Grupo en relación a los requisitos mercantiles y fiscales que deben ser cumplidos por las facturas recibidas y que implica que éstas no son abonadas hasta que las incidencias detectadas han sido subsanadas. Por lo demás, el Grupo cumple escrupulosamente las pautas marcadas en la citada normativa anti-morosidad.

EL TÍTULO MEDIASET ESPAÑA

2019 ha sido un año que se puede catalogar como intenso por lo que respecta al mercado bursátil y ello por una variedad de motivos: en primer lugar tenemos la desaceleración de la economía doméstica de la que hemos dado cuenta en páginas anteriores y la incertidumbre política que siempre desalienta a los inversores. A estos factores hay que añadir las cuestiones internacionales como el Brexit o las tensiones comerciales entre China y Estados Unidos que han propiciado una situación de inestabilidad a la que los mercados no han sido insensibles.

Con todo, las Bolsas experimentaron subidas generalizadas en el año, siendo reseñables los avances del MIB italiano (un 28,3%), el CAC francés (un 26,4%) y el DAX alemán (un 25,3%) mientras que el FTSE 100 británico, afectado por el inacabable Brexit, cerró el año con una subida del 12,1% causada fundamentalmente por el repunte que tuvo lugar en la última parte del año.

El IBEX 35, por su parte, se revalorizó un 11,8% en 2019 hasta los 9.549,20 puntos, es decir un registro bastante más moderado que el del resto de índices europeos. En cuanto a las Bolsas americanas, en 2019 volvimos a observar máximos históricos tanto en el Dow Jones como en el Nasdaq, que avanzaron un 22,3% y un 38% respectivamente.

El sector de Medios de Comunicación tuvo en 2019 una evolución dispar: así, mientras la británica ITV lideraba los avances con una subida del 20,9% seguida de cerca por M6 (+19,5) Atresmedia se dejaba un 20,2% y Prosieben y Mediaset SpA retrocedían un 10,5% y 3,1% respectivamente. En el centro del tablero, Mediaset España crecía un 3,1% y TF1, un 4,5%.

Con estos datos, el título Mediaset España alcanzaba a fin de año una capitalización bursátil de 1.853 millones de Euros, 2,4 veces el tamaño de Atresmedia, segundo operador del mercado español, lo que nos situaba en la quinta posición entre los operadores europeos. El máximo anual se produjo el 6 de marzo, sesión en la que se alcanzaron los 7,03 Euros y el mínimo tuvo lugar el 12 de agosto (5,10 Euros).

GOBIERNO CORPORATIVO

Las buenas prácticas en materia de Gobierno Corporativo persiguen la implantación en las empresas de normas, principios e incentivos que ayuden a proteger los intereses de la compañía y los accionistas y garantizar una mayor transparencia y profesionalidad en la gestión.

El compromiso de Mediaset España con las normas y principios de buen gobierno ha quedado patente desde nuestros primeros pasos como empresa cotizada en el año 2004. Desde entonces nuestro principal objetivo ha sido adaptar nuestros distintos cuerpos normativos al

Código de Buen Gobierno, así como la aprobación de otros no existentes hasta el momento: nuestro Código Ético, de obligado cumplimiento por parte de cualquier persona física o jurídica que colabore en cualquier ámbito o de cualquier modo con nosotros, y el Reglamento Interno de Conducta de Mediaset España Comunicación, S.A y su Grupo de sociedades en su actuación en el Mercado de Valores.

Todo ello ha conllevado, asimismo, la revisión de la composición cuantitativa y cualitativa del Consejo de Administración y las Comisiones para cumplir con las recomendaciones en esta materia.

La verificación por parte de auditores independientes de nuestros Informes de (i) Gobierno Corporativo, (ii) Política Retributiva y (iii) Responsabilidad Corporativa así como el sometimiento vinculante de este último a nuestra Junta General Ordinaria, nos han colocado a la cabeza de las empresas del IBEX-35 en materia de Gobierno Corporativo, como así lo han venido reconociendo varias instituciones especializadas en la materia.

La información no financiera correspondiente al ejercicio 2019 se presenta en el Informe separado: “Estado de Información no Financiera”; del mismo modo, el “Informe Anual de Gobierno Corporativo” del mencionado ejercicio se presenta de manera separada formando parte de este Informe de Gestión Consolidado.

COBERTURA DE RIESGOS FINANCIEROS

El Grupo contrata instrumentos financieros para cubrir diferencias de cambio relativas a aquellas transacciones (principalmente compras de derechos de producción ajena) denominadas en moneda extranjera. Estas operaciones de cobertura tienen como objetivo compensar el impacto en la cuenta de resultados de las fluctuaciones del tipo de cambio sobre los pasivos pendientes de pago correspondientes a las transacciones citadas y para ello se realizan compras de divisas por el importe de dichos pasivos que se contratan a los plazos de pago previstos.

CONTROL DE RIESGOS

La política de gestión de riesgos aplicada al Grupo se detalla en la Nota 13.5 de las Cuentas Anuales Consolidadas adjuntas.

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Nuestras principales inversiones se concentran en los contenidos presentes y futuros que nuestro Grupo emite o emitirá. No contamos con departamento específico de Inversión y Desarrollo aun siendo la innovación uno de nuestros puntos críticos de desarrollo.

ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES

Dadas las actividades del Grupo, el mismo no tiene responsabilidades, gastos, activos, provisiones ni contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados del Grupo.

ACONTECIMIENTOS SIGNIFICATIVOS POSTERIORES AL CIERRE

No se han producido acontecimientos significativos posteriores al cierre al margen de los que, en su caso, aparecen reseñados en la Memoria.

ESTRUCTURA DE CAPITAL

A 31 de diciembre de 2019 el capital social de la Sociedad asciende a 163.718 miles de euros representativos de 327.435.216 títulos, una cifra idéntica a la del año anterior. La totalidad de los mismos está representado mediante anotaciones en cuenta y son de idéntica clase.

Las acciones de la Compañía cotizan en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. El Código ISIN es ES0152503035.

Desde el 3 de enero de 2005 Mediaset España Comunicación, S.A. es una sociedad que cotiza en el IBEX 35.

PERSPECTIVAS DE EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE LA SOCIEDAD

El negocio del Grupo en 2020 estará indisolublemente ligado a la materialización de la fusión tripartita de las compañías española, italiana y holandesa en “Media for Europe” (MFE), una transacción que a la fecha de formulación de estas Cuentas Anuales Consolidadas se halla a la espera de que, en España y Holanda se levanten o no se admitan las medidas cautelares que el accionista Vivendi ha instado en relación a los acuerdos de las Juntas de Accionistas de Mediaset España y Mediaset Italia tomados el pasado 4 de septiembre de 2019 y que a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales Consolidadas están pendientes de resolución.

Esta fusión tiene un carácter eminentemente estratégico e industrial y está encaminada a ganar la escala necesaria para competir eficazmente en el nuevo entorno audiovisual altamente globalizado y en el que la tecnología digital precisa de esfuerzos conjuntos para alcanzar los objetivos trazados, habiéndose cuantificado las sinergias concretas que aforarán en áreas específicas del negocio, particularmente en aquellas que tienen que ver con las nuevas tecnologías y con las actividades en el ámbito digital.

La fusión propuesta no afectará a las actividades propias del negocio televisivo tradicional que se seguirán llevando a cabo localmente.

En cuanto a la actividad operativa del negocio de nuestro Grupo al margen de la cristalización de la fusión propuesta, cabe decir que históricamente, la actividad de TV en abierto ha dependido muy directamente de la publicidad que, a su vez, mostraba altos niveles de correlación con la evolución económica en general y con el consumo privado en particular, es decir el comportamiento típico de los negocios cíclicos.

En los últimos tiempos se ha venido observando, sin embargo, que la ciclicidad se ha atenuado ya que, sin que pueda afirmarse de manera rotunda que la publicidad se haya desconectado de las variables macro, la evolución del mercado que se ha observado en los últimos ejercicios no coincide con el crecimiento tanto de Producto Interior Bruto como de consumo privado que ha tenido lugar en el mismo período.

Por otra parte, y aunque de manera todavía incipiente pero muy significativa porque su crecimiento es mucho mayor que el de la publicidad convencional, nuestro Grupo está incrementando su base de ingresos hacia actividades que cuentan con un prometedor futuro: los ingresos de publicidad digital derivados de nuestras plataformas de Internet y la venta de contenidos a terceros aprovechando tanto el gran peso que la producción propia tiene en nuestra parrilla como la existencia de una base estructural cada vez más amplia de creación de contenidos tanto de manera directa como a través de participaciones en productoras independientes y todo ello sin olvidarnos de la demanda creciente de producción local por parte de las nuevas plataformas audiovisuales.

Precisamente y por lo que respecta a esta actividad de producción y distribución de contenidos, el Grupo creó a finales de 2018 una sociedad ("Mediterráneo") cuya función es servir de contenedor que aglutine desde una perspectiva de negocio las actividades no publicitarias que cuentan ya con un historial tanto de experiencia como de éxito y que incluyen géneros tan dispares como el entretenimiento, la ficción, el cine, los eventos deportivos o los formatos digitales, a lo que se suma nuestra experiencia en la comercialización de contenidos (contamos ya con clientes en aproximadamente 190 territorios) hacia otros operadores, canales, soportes, plataformas SVOD etc., actividad que ha continuado en 2019 con ritmos de crecimiento elevados

Por todo lo anterior, podemos decir que nuestro Grupo, siempre atento a no perder su posición de vanguardia que le ha llevado a detentar de manera continuada un liderazgo indiscutido entre los grupos de comunicación españoles, pretende pasar de ser un operador de TV a una compañía de medios de comunicación en sentido amplio, manteniendo su posición de privilegio en el ámbito de la TV tradicional pero trabajando para reforzar y hacer crecer las nuevas líneas de negocio directamente ligadas a aquella que representan una gran oportunidad y para las que estamos singularmente bien preparados en razón de nuestra experiencia y éxito tanto en la venta de publicidad como en la creación, producción y explotación de contenidos audiovisuales multiplataforma.

Esperamos que, sobre la base de los datos tanto de consumo televisivo medidos en minutos/día como de peso de la televisión en abierto en el consumo audiovisual global a través de las diferentes plataformas, la participación de los ingresos publicitarios de televisión en el pastel publicitario global se mantenga en niveles elevados a demostración de la importancia de la TV como medio de distribución de los mensajes publicitarios en razón de su penetración, simultaneidad en la llegada a los consumidores, uniformidad en los métodos de medición de audiencias e impactos y seguridad de su entorno al tratarse de un medio fuertemente regulado.

Continuaremos igualmente nuestros esfuerzos para asegurar la distribución de nuestros contenidos a través de todas las plataformas y dispositivos al alcance de los espectadores (TV, plataformas on-line etc.) invirtiendo para ello tanto en recursos económicos como de personal en línea con lo que hemos venido haciendo en los últimos años, siempre con una estrategia basada en la venta de publicidad en los distintos soportes como principal fuente de ingresos.

En este contexto de un mercado cambiante y de nuevas formas de distribución de contenidos audiovisuales, la estrategia de negocio de nuestro Grupo seguirá centrada en mantener nuestra posición de liderazgo tanto por lo que se refiere a la audiencia como a la explotación

del mercado publicitario, con una fuerte presencia de la producción de contenidos propios tanto a través de nuestros propios recursos como en asociación con productoras independientes que incluyen aquellas en las que poseemos una participación no de control y cuyo número se ha venido incrementando en los últimos años a la vez que se ampliaba la base de tipología de producto.

En efecto, consideramos que una producción propia potente y variada constituye un punto de fuerza singular tanto para dotarnos de contenidos en exclusiva que históricamente han sido bendecidos por el favor del público como para aprovechar la oportunidad de comercialización derivada de la aparición de nuevos operadores que demandan contenidos de calidad.

En términos de costes, continuaremos con nuestra tradicional atención a los mismos con el objetivo de, adaptándonos a las condiciones del entorno que afectan a la generación de ingresos y ayudados por el peso de la producción propia, determinar una base óptima que permita la maximización de nuestros márgenes y de nuestros flujos de tesorería aprovechando el apalancamiento operativo que es consustancial al sector de TV en abierto.

Por lo que se refiere a nuestra parrilla, proseguiremos explotando los géneros que históricamente han venido gozando del favor de la audiencia y que nos han convertido en el Grupo líder así como con nuestra estrategia de diversificación y focalización de audiencias a través de nuestra familia de canales en aras a conseguir un mejor compenetración con la audiencia y también una tarjeta de presentación más efectiva de cara a nuestros clientes mientras que nuestra estrategia en el ámbito de los derechos deportivos continuará centrándose en aprovechar las ventanas de oportunidad que nos permitan hacernos con eventos populares capaces de elevar nuestras cuotas de audiencia y publicidad y ello siempre que los precios de adquisición nos permitan la posibilidad de hacerlos rentables. En este sentido, cabe reseñar que en 2020 nuestro Grupo contará con prácticamente la totalidad de los derechos deportivos de relevancia (singularmente el Campeonato Europeo de selecciones nacionales del que poseemos los derechos para todos los partidos) que se emitirán en abierto.

Finalmente, el mantenimiento de una sólida posición financiera y patrimonial continuará siendo un objetivo de primer nivel ya que creemos que no solo nos capacita para poder considerar de manera objetiva y con la necesaria independencia las oportunidades operativas y de negocio que se pueden ir presentando en un mercado tan cambiante como este sino que refuerza nuestra posición competitiva en el mismo habida cuenta del elevado apalancamiento financiero que afecta a la mayoría de compañías que operan en nuestro sector.

Nos mantendremos atentos a cualquier posibilidad de inversión (en particular por lo que respecta a nuestros nuevos negocios de naturaleza digital o de producción y distribución de contenidos) que puedan reportar crecimiento o incremento de márgenes para nuestro Grupo, para lo que la posición de caja positiva y la intacta capacidad de endeudamiento con que contamos consideramos que constituye una ventaja singular.

MEDIASETespaña.

INFORME ANUAL CORPORATIVO 2019

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2019

MEDIASET ESPAÑA EN 2019

ENERO

El Programa de Ana Rosa' celebra 14 años en antena como líder indiscutible de las mañanas.

FEBRERO

'Almas de Casa', iniciativa de Publiespaña que impulsa el cambio del target "Amas de Casa" por "Responsable de Compra del Hogar", concepto sin estereotipos de género.

MARZO

Mediterraneo presenta su primera oferta de contenidos en **MIPTV 2019.**

'Brigada Costa del Sol' y **'Señoras del (h) AMPA'** únicas ficciones españolas seleccionadas para el MIPDrama Buyers Summit.

ABRIL

'Sálvame' cumple su décimo aniversario como el formato líder de la tarde.

MAYO

Amazon Prime Video estrena en exclusiva la serie de Mediaset España **'El Pueblo'.**

JUNIO

Los consejos de administración de Mediaset Spa (Italia) y Mediaset España acuerdan la fusión de ambas compañías en el **nuevo holding MFE–MEDIAFOREUROPE NV.**

Nace **Uppers,** un nuevo medio digital de Mediaset España para mayores de 45 años.

JULIO

Lanzamiento de **Mitele PLUS,** plataforma de suscripción para disfrutar sin interrupciones de toda la oferta de Mitele.

Finaliza el rodaje de **'Way Down',** superproducción de Telecinco Cinema bajo la dirección de Jaume Balagueró, con la distribución internacional del grupo audiovisual francés TF1.

AGOSTO

Mediaset España emite el **Mundial de Baloncesto** con victoria de la Selección Española, en el partido más visto de este deporte en la historia de la televisión.

SEPTIEMBRE

Nace **NIUS,** el nuevo diario digital nativo de Mediaset España.

El **Festival Internacional de Cine de San Sebastián** acoge la presentación de las primeras imágenes de 'Patria', ficción de Alea Media, productora participada por Mediaset España, para HBO.

OCTUBRE

Mediaset España y la ESCAC arrancan la primera edición de **'Showrunners: Aula de Ficción'** para formar a los creadores de ficción del futuro.

El **Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales** de Mediaset España y la Universidad Europea de Madrid, del que han salido más de 200 profesionales del sector, cumple una década.

Los **soportes digitales de Mediaset España alcanzan su mejor posición histórica** en el ranking global en consumo de vídeos

Mediaset España lanza con la colaboración del Observatorio del Juego Infantil la campaña de **12 Meses 'Jugar es un asunto muy serio.**

NOVIEMBRE

Mtmad, la plataforma de contenido nativo digital de Mediaset España celebra su tercer aniversario con récord histórico de videos vistos y usuarios únicos.

Mediaset España concluye un **Plan Técnico de Renovación** de su centro de producción con sistemas pioneros de imagen, sonido y operatividad remota.

DICIEMBRE

'Supervivientes' se convierte en el programa más visto del año, con su mejor share desde 2012.

'Gran Hermano VIP', segundo programa más visto de 2019, despide la edición con mejor share del formato VIP y el más alto de la franquicia 'Gran Hermano' desde 2003.

'La que se avecina' se erige como la ficción en abierto con mayor número de espectadores.

La edición de **Informativos Telecinco** presentada por Pedro Piqueras se convierte, un año más, en la más vista de todas las televisiones.

Mediaset España cierra el año como el grupo audiovisual líder de audiencia en el consumo lineal y digital.

CONTENIDOS DE MEDIASET ESPAÑA EN EL MUNDO EN 2019*

CONTENIDOS:

LATA

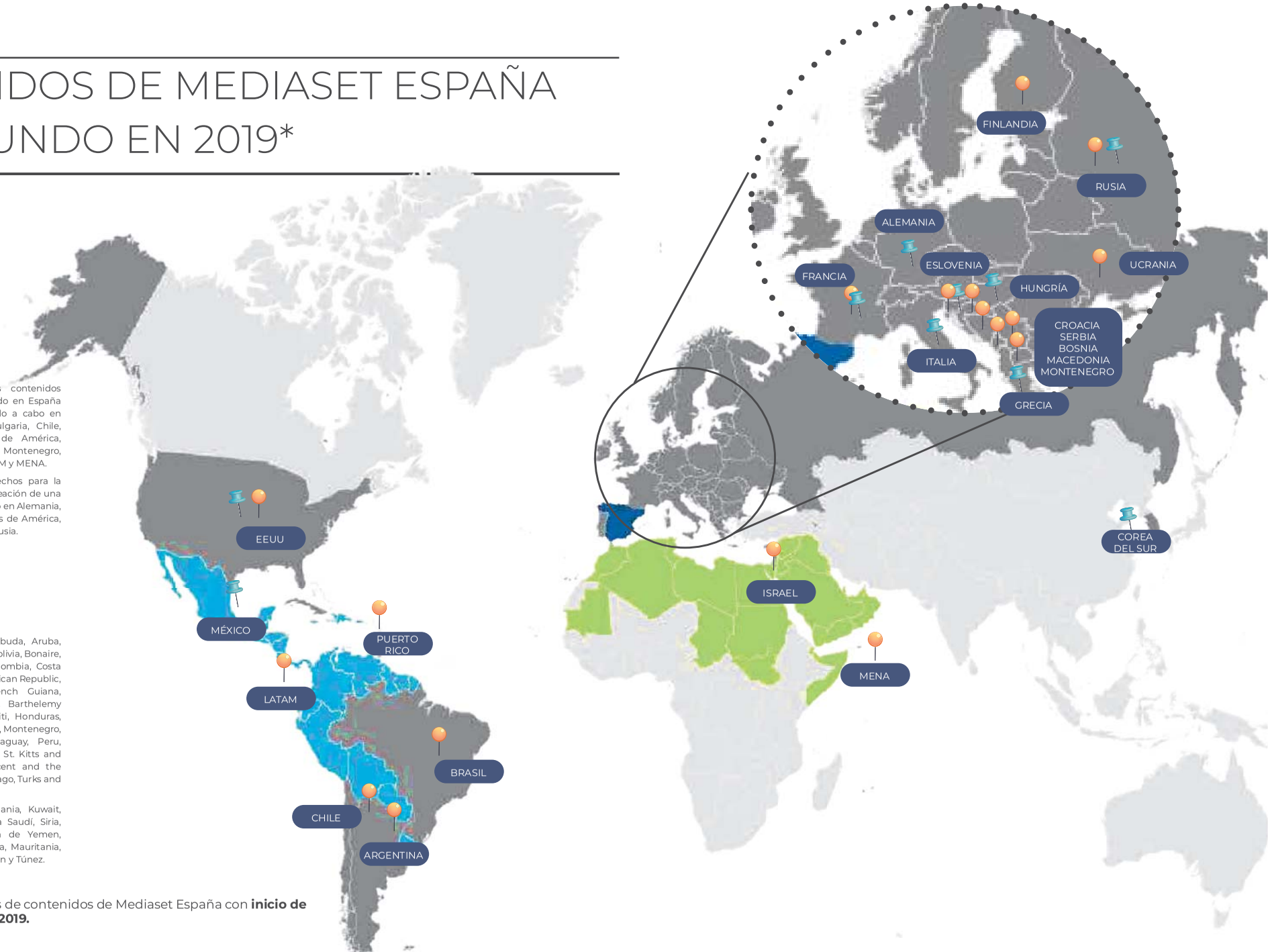
FORMATO

Lata responde a la venta de los contenidos audiovisuales tal y como se han emitido en España para su difusión. En 2019 se ha llevado a cabo en Albania, Argentina, Bosnia, Brasil, Bulgaria, Chile, Croacia, Eslovenia, Estados Unidos de América, Finlandia, Francia, Israel, Macedonia, Montenegro, Puerto Rico, Rusia, Serbia, Ucrania, LATAM y MENA.

Formato responde a la venta de derechos para la adaptación de la idea original para la creación de una versión local. En 2019 se ha llevado a cabo en Alemania, Corea del Sur, Eslovenia, Estados Unidos de América, Francia, Grecia, Hungría, Italia, México, Rusia.

REGIONES:

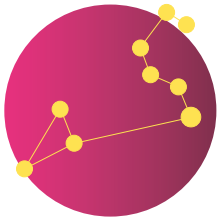
- LATAM: Anguilla, Antigua and Barbuda, Aruba, Bahamas, Barbados, Belize, Bermuda, Bolivia, Bonaire, Bosnia British Virgin Islands, Chile, Colombia, Costa Rica, Croacia, Curacao, Dominica, Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, Eslovenia French Guiana, Grenada, Guadeloupe (incluyendo St. Barthelemy y St. Martin), Guatemala, Guyana, Haiti, Honduras, Jamaica, Martinique, Mexico, Macedonia, Montenegro, Montserrat, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Puerto Rico, Saba, Serbia St. Eustatius, St. Kitts and Nevis, St. Lucia, St. Maarten, St. Vincent and the Grenadines, Suriname, Trinidad and Tobago, Turks and Caicos Islands, Uruguay y Venezuela.
- MENA: Bahrain, Egipto, Irak, Jordania, Kuwait, Líbano, Oman, Palestina, Qatar, Arabia Saudí, Siria, Emiratos Árabes Unidos y República de Yemen, Algeria, Chad, República de Yibuti, Libia, Mauritania, Marruecos, Somalia, Sudán del Sur, Sudán y Túnez.



*Solo se consideran las ventas de contenidos de Mediaset España con **inicio de los derechos en el ejercicio 2019.**

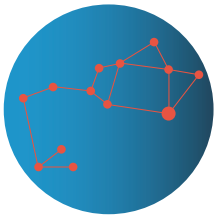
¿Cómo navegar por este informe?

Acceso directo al capítulo



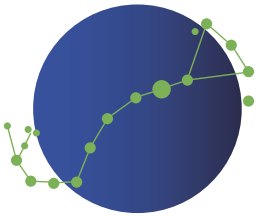
PRÓLOGO

Alcance VII
Estándares VII



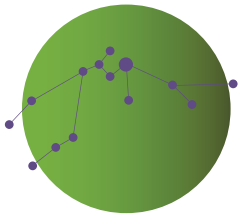
PRESENTACIÓN

Carta del Presidente IX
Contexto del negocio XI
Principales indicadores de desempeño XIII



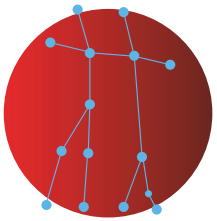
MODELO DE GOBIERNO

Estructura de la propiedad 2
Sistema de Gobierno Corporativo 7



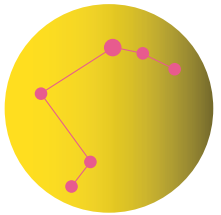
MODELO DE NEGOCIO

Modelo de negocio 12
Factores clave de éxito y diferenciación 14
Estrategia 15
Relación con los Grupos de Interés 17
Sistema de Gestión de Riesgos 19
Protección de datos personales 31
Ciberseguridad 33
Gestión de los Contenidos 35
Gestión de la Publicidad 44
Gestión del Equipo Humano 47
Gestión de la Cadena de Proveedores 54
Gestión de la Comunicación corporativa 63
Gestión de la relación con accionistas e inversores 66
Gestión de la relación con las instituciones públicas 67
Alianzas para la sostenibilidad 68



MEDIASET ESPAÑA 2019

Otros indicadores de desempeño 70
Evolución del negocio 73
Premios recibidos 93
Desempeño económico-financiero 94
Transparencia fiscal 95
Valor para los Accionistas e Inversores 99
Valor para el Equipo Humano 101
Valor para la Sociedad 116
Desempeño Ambiental 145
Información complementaria 152



ACERCA DE ESTE INFORME

Acerca de este informe 161
Verificación Externa 165
Indice de contenidos GRI 166
Contenidos del Estado de Información No Financiera 172
Directorio 178

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

PRÓLOGO

MEDIASETespaña.

ALCANCE

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

El presente Informe Anual Corporativo 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 2019.

El alcance de este Informe se circunscribe al Grupo Mediaset España por consolidación global, haciéndose referencia a éste como Mediaset España, Grupo Mediaset España o Grupo indistintamente. En el caso de que la información tuviese un alcance distinto del citado, se explica el mismo mediante nota aclaratoria.

En 2019 no se han producido cambios significativos en los criterios y bases para incluir la información reportada respecto de ejercicios anteriores. A su vez, cualquier cambio en las fórmulas utilizadas para el cálculo de datos reportados se indica en el apartado que corresponda. En este sentido, cualquier cambio producido se debe al proceso de mejora continua en el reporting de información no financiera que lleva a cabo la compañía, con el objetivo de presentar la información relevante de la manera más exacta posible.

El Consejo de Administración de Mediaset España es el órgano responsable de formular este informe, que forma parte del Informe de Gestión Consolidado 2019 del Grupo Mediaset España.

ESTÁNDARES

Este Informe ha sido elaborado teniendo en cuenta la regulación vigente, incluida la **Ley 11/2018 sobre divulgación de información no financiera y diversidad.**

A su vez, se han seguido los Estándares GRI para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad, en su versión **GRI Standards,** junto con el **suplemento sectorial Media GRI-G4,** ambos emitidos por Global Reporting Initiative, así como las recomendaciones del **Marco Internacional de Reporting Integrado,** del *International Integrated Reporting Council* (Marco <IR>).

En este sentido, Mediaset España considera que su Informe sigue adecuadamente los requerimientos del Marco <IR> y por tanto, presenta de forma cohesionada y eficiente su creación de valor a lo largo del tiempo.

La capacidad de Mediaset España de crear valor está determinada por su entendimiento y contundente respuesta al contexto de negocio (pág. XI-XII), la pertinente identificación de las prioridades estratégicas y oportunidades (pág. 15-16) y la eficaz alineación del modelo de negocio (pág. 12), la conservadora gestión ante los principales riesgos del negocio (pág. 27-30), así como la capacidad de respuesta a los asuntos materiales de los principales grupos de interés (pág. 162-164).

Por otra parte, de acuerdo con la autoevaluación realizada por Mediaset España y verificada externamente, el informe se ha elaborado de conformidad con los Estándares GRI-opción exhaustiva.

Con el objetivo de dar respuesta a los requerimientos de información de diversas iniciativas a las cuales reporta la compañía, Mediaset España responde todos los indicadores GRI, detallando dicha información en el Índice de Contenidos GRI.

PRESENTACIÓN

MEDIASETespaña.

CARTA DEL PRESIDENTE

D. Alejandro Echevarría Busquet
Presidente

Estimados accionistas:

En 2019 Mediaset España vuelve a mantener una posición de liderazgo en el mundo audiovisual por noveno año consecutivo, siendo el Grupo más visto tanto en soportes lineales como digitales, obteniendo un 28,9% de cuota de pantalla. En este contexto, Telecinco se ha situado como la televisión comercial más vista por vigésimo año, con un 14,8% de share, obteniendo una de las mayores ventajas sobre su inmediato competidor, y Mátele ha sido la plataforma de contenidos de televisión líder en consumo digital.

La compañía ha sido capaz de trasladar al ámbito publicitario la solidez de su liderazgo de audiencia audiovisual, alzándose con su modelo de gestión comercial como el medio de referencia en la inversión publicitaria en general y de las televisiones en particular, con un 43,4% de la cuota de mercado televisión, lo que supone superar en 0,1 puntos su posición de 2018, y ello a pesar de no haber contado este año con un gran evento deportivo como fue el Mundial de Fútbol de Rusia en 2018.

La televisión sigue siendo el medio predominante en el conjunto del mercado publicitario convencional, con un predominio incuestionable, lo que refleja la potencia y resiliencia de la televisión en abierto como herramienta de comunicación publicitaria, si bien es cierto que la presión competitiva de la publicidad on-line es cada vez mayor. Esta tendencia del mercado publicitario confirma el acierto de nuestra decisión al posicionarnos en un modelo audiovisual en el que convergen nuestros contenidos televisivos y digitales, generando una oferta audiovisual capaz de absorber la demanda publicitaria de ambos mundos ante un mercado cada vez más diversificado.

EN UNA SOCIEDAD CADA VEZ MÁS INDIVIDUALISTA Y AISLADA DENTRO DE SU PROPIO ENTORNO, MEDIASET ESPAÑA SE HA PROPUESTO HACER COMPAÑÍA A LOS CIUDADANOS A TRAVÉS DEL ENTRETENIMIENTO. UN ENTRETENIMIENTO QUE SE COMPARTE, SE VIVE EN DIRECTO Y SE DISFRUTA DESDE LA INMEDIATEZ COMO EVENTO AUDIOVISUAL.

Efectivamente, en 2019 el Grupo Mediaset ha consolidado su liderazgo en consumo de video digital, obteniendo su mejor resultado hasta el momento, con 4.778 millones de vídeos vistos, una cifra que prácticamente duplica la de 2018.

Telecinco.es obtiene un incremento del 90% respecto a 2018, alcanzando los 926 millones de videos descargados y, por su parte, Cuatro.com sube un 92%, con 234 millones de videos vistos. La plataforma de contenido de televisión Mitele.es refuerza su liderazgo en consumo de video con 2.600 millones de descargas (más del 70% de crecimiento) y la plataforma de contenidos nativos digitales Mtmad cuadruplica el registro de 2018 con 233 millones de videos vistos.

Además, en este año 2019, Mediaset España ha comenzado su andadura en el negocio de la distribución de contenidos audiovisuales de pago, con el lanzamiento de Mitele Plus, plataforma de suscripción que incorpora contenidos exclusivos sin publicidad. De igual manera, y en esta línea de seguir creciendo como gran grupo de medios de comunicación, Mediaset España ha emprendido otras iniciativas, como ha sido el lanzamiento de NIUS, un diario digital de información general; la adquisición del portal digital deportivo El Desmarque; y la página web Uppers, dirigida a un target de público, mayores de 45 años, muy interesante desde el punto de vista comercial digital.

A la actividad habitual de generación de contenidos de producción propia para nuestros calanes de televisión lineal y soportes digitales, pilar del modelo de éxito de Mediaset España, se ha unido en 2019 el asentamiento de las bases para la producción y distribución de contenidos para terceros, especialmente en relación con las nuevas plataformas OTT de reciente implantación en España, mediante la creación de Mediterráneo Mediaset España Group, empresa filial que agrupa en una misma estructura organizativa las participaciones sobre todas las productoras de contenidos televisivos, cinematográficos y digitales del Grupo: una gran factoría de contenidos de ficción, entretenimiento, deportivos, informativos y cinematográficos, capaz de ofrecer una oferta amplia y segmentada para la emisión local o internacional (nuestro contenido ya ha llegado a más de 190 países).

En cuanto a los resultados económicos, los ingresos de explotación han pasado de 981.564 miles de euros en 2018 a los 946.241 miles de euros en 2019, fundamentalmente debido a la peor evolución del mercado publicitario televisivo.

Sin embargo, los gastos de explotación, que ascendieron a 724.672 miles de euros en 2018, se han reducido hasta la cantidad de 681.347 miles de euros en 2019; una reducción muy considerable que refleja la gran capacidad de adaptación de nuestro modelo de negocio a la realidad del mercado sin por ello afectar a los objetivos de liderazgo, tanto en audiencia como en publicidad, que ya hemos puesto de manifiesto.

Ello ha permitido que, finalmente, el resultado neto atribuible a Mediaset España en el ejercicio 2019 se sitúe en 211.713 miles de euros, mejorando los 200.326 miles de euros registrados en 2018. La magnitud y relevancia de este resultado se aprecia en toda su dimensión si se considera el poco favorable contexto en el que se ha producido, dando buena prueba de nuestro permanente compromiso con nuestros grupos de interés, principalmente nuestros accionistas: gestionar la base de costes de la manera más eficiente para cumplir los objetivos operativos y financieros.

En el ejercicio 2019 se repartió un dividendo ordinario con cargo a los resultados de 2018 por importe de 99.958 miles de euros equivalente a 0,30590132 por acción en circulación. Además, se puso en marcha un Plan de Recompra de Acciones que culminó el 5 de junio de 2019 con la adquisición de un total de 14.419.910 acciones, equivalentes a un 4,36% del capital social de Mediaset España, con una inversión 94,5 millones de euros en su ejecución.

En el mercado bursátil, el título Mediaset España alcanzaba a finales de año una capitalización de 1.853 millones de euros, lo que supone 2'4 veces el valor de capitalización de su principal competidor en España, ocupando la quinta posición entre los operadores europeos.

Nuestra gestión empresarial continúa sustentándose un año más sobre un sólido sistema de gobierno corporativo y sobre una estructura transversal de gestión de la sostenibilidad que venimos reforzando año a año. Así, conscientes de las obligaciones que impone la actual situación climática, hemos decidido financiar proyectos destinados a reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), mediante la adquisición de créditos de carbono para absorber 600 toneladas de CO2, que suponen más del conjunto de las emisiones de Alcance 1 y 2 de Mediaset España. Esta iniciativa posiciona a la compañía en línea con las mejores prácticas internacionales en materia medioambiental, impulsa el desarrollo de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y refuerza el compromiso de Mediaset España con una gestión empresarial sostenible.

En el ámbito estrictamente corporativo, en 2019 se inició la operación para la creación, junto a Mediaset Italia, de Media For Europe (MFE), un grupo paneuropeo de comunicación con un claro objetivo estratégico e industrial: adquirir la escala necesaria para competir eficazmente en el nuevo entorno audiovisual altamente globalizado. Este objetivo se vio fortalecido con la adquisición del 5,5% de las acciones del operador de televisión alemán Prosieben Sat, que sumada a la participación del 10% ya ostentada por Mediaset Spa, convierte al Grupo Mediaset en el accionista de referencia de ProSiebenSat.

Por lo tanto, la culminación de este proceso de fusión permitirá la creación de un líder europeo de los medios de comunicación que, al actuar como polo de agregación de empresas nacionales, será capaz de competir en un mercado donde los principales competidores actúan a nivel internacional, generando así crecimiento y valor en beneficio de las compañías involucradas, sus accionistas y demás grupos de interés.

CONTEXTO DEL NEGOCIO

A nivel sectorial, durante el año 2019 Mediaset España debió hacer frente a un mercado de la publicidad en televisión que tuvo un crecimiento negativo respecto al registrado el año anterior. Entre los factores a reseñar se encuentran la falta de grandes eventos (2018 tuvo el mundial de fútbol), la incertidumbre generada por dos procesos electorales y la desaceleración económica. En este entorno, Mediaset España, reforzó su liderazgo en audiencias y cuota de mercado.

Otro factor a tener en cuenta es la tendencia registrada en los últimos años de menor consumo de televisión por persona y día que confronta con el hecho de que la población ve hoy más contenido audiovisual que nunca, si bien llega al mismo desde distintos medios y dispositivos. Mediaset España no es ajena a esta realidad y trabaja en distintos ámbitos al respecto. España registra de manera normalizada uno de los mayores consumos de televisión dentro de las principales economías europeas, alrededor de los 240 minutos por persona/día. Esta estabilidad, cuando se observa por segmentos de edad presenta discrepancias, pero en nada afecta al sentimiento general de mayor consumo de contenido audiovisual entre la población. Una vez aceptada esta situación, Mediaset España trabajó en ofrecer los contenidos demandados a través de los canales adecuados. Las mayores audiencias de sus programas correspondieron con los mayores visionados y descarga de videos en Mitele (la plataforma online de Mediaset España), lo que al final lleva a creer que el debate sobre mayor o menor consumo es más de contenidos, que de nuevos hábitos de la población. El contenido adecuado se consume, sea cual sea el canal por el que se distribuya.

En el ámbito estrictamente empresarial, el hito principal de 2019 hace referencia al proceso de fusión entre Mediaset SpA y Mediaset España, anunciado en el mes de junio. El proyecto se basa en crear un grupo paneuropeo en el sector del entretenimiento y los medios, con una posición de liderazgo en sus propios mercados de referencia y una escala que le permita ser más competitivo y aumentar potencialmente su radio de acción propio a otros países de Europa (el “Proyecto MFE”). Este proceso se vio alterado por las demandas interpuestas por un accionista de la compañía en diversas sedes judiciales, que provocaron la toma de medidas cautelares que están demorando la resolución del proyecto.

Asimismo, cabe destacar la propuesta de sanción emitida por la CNMC respecto a políticas restrictivas de la competencia con fecha 13 de noviembre de 2019, donde comunicó a Mediaset España la supuesta comisión de prácticas restrictivas de la competencia en el mercado de la publicidad en televisión en España, que serían contrarias a los artículos 1 de la Ley de Defensa de la Competencia y 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea. Mediaset España recurrió ante la Audiencia Nacional esta resolución y solicitó su suspensión cautelar. La compañía manifestó su más absoluto desacuerdo al considerar que no hay ninguna conducta anticompetitiva que haya dado lugar a un incumplimiento de la normativa vigente que pueda ser objeto de sanción.

De cara a los próximos años, el negocio del Grupo Mediaset estará basado en la evolución de la publicidad y la creación de contenidos. La evolución de las tasas de crecimiento económico y consumo privado provocarán la dedicación, previsiblemente, de más o menos recursos a la publicidad y el marketing por parte de los anunciantes.

Dentro de esta actividad se observa una incipiente presencia de la publicidad digital, que está creciendo en el mercado español a tasas de doble digito anual. La convivencia de la publicidad convencional en televisión (negocio local y masivo) y de la digital (negocio global y de mayor segmentación) está dando lugar a la necesidad de desarrollar nuevas capacidades, productos y ofertas para los clientes. El paulatino aumento de peso de la publicidad programática, así como la llegada de operadores digitales globales justifican la necesidad de ganar tamaño y escala para poder competir con ellos en igualdad de condiciones.

Estos mismos competidores representan una oportunidad de negocio para todos aquellos grupos de televisión, como es el caso de Mediaset España, que paulatinamente van adaptando sus negocios a la nueva realidad. En el caso de Mediaset España, los acuerdos alcanzados con compañías de producción de contenidos, a través de participaciones minoritarias en su capital, permiten reducir la dependencia de la compañía al ciclo económico, así como crear contenidos, principalmente de carácter local, para la creciente demanda por parte de las grandes plataformas digitales. Esta tendencia, que se viene observando desde hace años, sigue estando vigente a día de hoy y con visos de mantenerse a futuro.

Por su parte, el consumo de televisión, que mantiene una ligera tendencia a la baja año tras año, es más que compensado con el crecimiento del consumo de contenido audiovisual a través de otros dispositivos como móviles, tablets, y otros medios digitales. El reto sigue siendo crear contenido de calidad, aceptado y valorado por el espectador, pero que a día de hoy no es simplemente consumido a través del televisor, sino que exige a los operadores tradicionales un esfuerzo de adaptación de los mismos, así como de su tecnología, para poderlo distribuir a través de los distintos canales existentes.

Actualmente, Mediaset España está inmersa en una transición ordenada para convertirse en un operador audiovisual que, además de su negocio tradicional, aglutine la creación de contenidos, tanto propios como para terceros, así como de adaptación al nuevo entorno digital. El paulatino aumento del peso de estas actividades en el negocio hace que, poco a poco, el peso de la publicidad en televisión se vaya reduciendo, aunque continúa siendo la principal fuente de ingresos de la compañía

En este sentido, a través de Mediterráneo, sociedad que agrupa en una misma estructura organizativa a las productoras de contenidos audiovisuales, cinematográficos y digitales del Grupo, busca la generación de contenidos, tanto propios como ajenos, así como reforzar el acceso a la compra y desarrollo de formatos internacionales a través de acuerdos de creatividad con otras productoras independientes, que potencien el área de distribución y venta internacional de los formatos y las producciones de este conglomerado audiovisual, optimizando el auge internacional de la ficción nacional y explotando las necesidades de contenido generadas por las nuevas plataformas de distribución.

Este proceso de evolución y transición ha sido especialmente reseñable en 2019, donde la compañía llevó adelante una progresiva adaptación a las nuevas tendencias de anunciantes y espectadores, con especial relevancia en el ámbito digital en el que se están registrando las mayores tasas de crecimiento, tanto de inversión publicitaria como de consumos de contenidos. Así, en 2019 destacan la adquisición de la web deportiva El Desmarque, la creación del portal de noticias Nius o el lanzamiento de Uppers, un sitio web de información y entretenimiento dedicado a la población adulta.

PRINCIPALES INDICADORES

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (MILLONES DE EUROS)

264,9
2018: 256,9
2017: 245,3

BENEFICIO NETO[1] (MILLONES DE EUROS)

211,7
2018: 200
2017: 197,5

INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN AJENA (MILLONES DE EUROS)

91,5
2018: 91,6
2017: 106,4

INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN DE FICCIÓN (MILLONES DE EUROS)

55,9
2018: 36,5
2017: 47,6

INVERSIÓN EN COPRODUCCIÓN (MILLONES DE EUROS)

25,8
2018: 11,1
2017: 19,1

INVERSIÓN TÉCNICA (MILLONES DE EUROS)

11
2018: 10,0
2017: 14,2

INGRESOS PUBLICITARIOS NETOS (MILLONES DE EUROS)

880
2018: 925
2017: 932

PLANTILLA MEDIA (NO. DE EMPLEADOS)

1.558,5
2018: 1.267
2017: 1.280

RATIO DE EFICACIA PUBLICITARIA[2]

150
2018: 150
2017: 151

CUOTA MEDIA DE PANTALLA

28,9
2018: 28,8
2017: 28,7

HORAS DE PROGRAMACIÓN[3]

61.320
2018: 61.320
2017: 61.320

1. Atribuible a los accionistas de la Sociedad dominante.
2. Ratio de Eficacia publicitaria realizado por ''INFOADEX'' para todas las cadenas del Grupo.
3. Abarcan las horas de programación de todos los canales de Mediaset España.

MODELO DE
GOBIERNO
MEDIASETespaña.

ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

ESTRUCTURA DEL GRUPO

El Grupo Mediaset España es un grupo audiovisual formado por un conjunto de empresas dedicadas al desarrollo de negocios vinculados con el sector audiovisual, cuya actividad se centra en la producción y emisión de contenidos audiovisuales, así como la explotación del espacio publicitario de las cadenas de televisión en las que opera.

La Sociedad Mediaset España Comunicación, S.A. (en adelante, Mediaset España o la compañía), constituida en Madrid el 10 de marzo de 1989, es la cabecera de un grupo de sociedades conocido como Grupo Mediaset España Comunicación, S.A. (en adelante, Grupo Mediaset o Grupo).

Mediaset España, sociedad dominante

Mediaset España tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. 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.

La compañía tiene su domicilio social en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4, 28049, Madrid y comenzó a cotizar en Bolsa el día 24 de junio de 2004, estando presente en la actualidad en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, pasando a formar parte del índice IBEX35 desde el 3 de enero de 2005.

La actividad del Grupo se centra en la explotación publicitaria de los canales de televisión de los que es concesionario, así como la realización de actividades análogas y complementarias relacionadas a dicha actividad, tales como la producción audiovisual, la promoción de la publicidad o la agencia de noticias.

Como sociedad dominante, Mediaset España está obligada a elaborar, además de sus propias Cuentas Anuales, las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo.

Las sociedades consolidadas del Grupo son:

Sociedades consolidadas por integración global	Actividad	País	2018	2019
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	Gestión y explotación de los derechos de autor	España	100%	100%
Publiespaña, S.A.U.	Comercialización de la publicidad	España	100%	100%
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	Distribución de contenidos audiovisuales en Internet	España	100%	100%
Mediacinco Cartera, S.L.U.	Holding inactiva	España	100%	100%
Publimedia Gestión, S.A.U. (1)	Comercialización de la publicidad	España	100%	100%
Advertisement 4 Adventure, S.L.U.	Holding para proyectos de "media for equity	España	100%	100%
Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediaterráneo, S.L.U.	Producción y distribución de contenidos audiovisuales	España	100%	100%
Netsonic, S.L.U. (1)	Publicidad de video online	España	100%	100%
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U. (antes Concursos Multiplataformas, S.A.U.)	Juegos y concursos	España	100%	100%
Telecinco Cinema, S.A.U. (2)	Producción cinematográfica	España	100%	100%
Megamedia Televisión S.L. (2)	Creación, desarrollo, producción y explotación de contenidos audiovisuales multimedia	España	30%	65%
Supersport Televisión S.L. (2)	Producción de programas deportivos	España	30%	62,5%
El Desmarque Portal Deportivo S.L. (2)	Información y difusión de hechos y sucesos de la actualidad	España	-	60%
Sociedades integradas por el método de la participación				
Producciones Mandarina, S.L. (2)	Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales	España	30%	30%
La Fábrica de la Tele, S.L. (2)	Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales	España	30%	30%
Alea Media, S.A. (2)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	40%	40%
Melodía Producciones, S.L. (2) (en liquidación)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	40%	40%
Alma Productora Audiovisual, S.L. (2)	Producción y distribución de programas y producciones audiovisuales	España	30%	30%
Bulldog TV Spain, S.L. (2)	Producción audiovisual, creación y desarrollo de contenidos audiovisuales	España	30%	30%
Unicorn Content, S.L. (2)	Producción de programas de televisión	España	30%	30%
Aunia Publicidad Interactiva, S.L. (1)	Servicios de comunicación audiovisual	España	50%	50%
Adtech Ventures, S.p.A. (1)	Comercialización, en Italia y en el extranjero, de publicidad	Italia	50%	50%
Furia de Titanes II A.I.E. (3)	Servicios de telecomunicación y participación en la creación, producción, distribución y explotación de obras audiovisuales	España	34%	34%
Alea La Maleta S.L.U. (4)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	-	40%
Pagoeta Media S.L.U. (4)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	-	40%
Negocios conjuntos				
Telefónica Broadcast S.L.U. - Supersport Televisión S.L. (UTE) (5)	Distribución de contenidos audiovisuales en Internet	España	-	50%

(1) La participación es a través de Publiespaña, S.A.U
(2) La participación es a través de Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediaterráneo, S.L.U.
(3) La participación en esta sociedad es a través de Telecinco Cinema S.A.U.
(4) La participación en esta sociedad es a través de Alea Media S.A.
(5) La participación en esta sociedad es a través de Supersport Televisión S.L.
Nota: las denominaciones sociales de las compañías son las siguientes: Mediaset España Comunicación S.A. (en adelante, Mediaset España o la compañía); Grupo Editorial Tele5, S.A.U (en adelante, Grupo Editorial)); Mediacinco Cartera S.L.U. (en adelante Mediacinco Cartera); Conecta 5 Telecinco, S.A.U. (en adelante Conecta 5); Publiespaña, S.A.U. (en adelante Publiespaña); Publimedia Gestión S.A.U. (en adelante Publimedia); Advertisement 4 Adventure,S.L.U. (en adelante Advertisement 4 Adventure); Netsonic, S.L.U. (en adelante Netsonic); Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, S.L.U. (en adelante, Mediterráneo); Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación S.A.U. (en adelante, Grupo Audiovisual Mediaset España); Telecinco Cinema S.A.U. (en adelante, Telecinco Cinema); Megamedia Televisión S.L. (en adelante, Megamedia); Supersport Televisión S.L. (en adelante, Supersport); El Desmarque Portal Deportivo S.L. (en adelante, El Desmarque); Alea Media S.A. (en adelante, Alea Media); Melodía Producciones S.L. (en adelante, Melodía Producciones); Alma Productora Audiovisual S.L. (en adelante, Alma Productora); La Fábrica de la Tele S.L. (en adelante, La Fábrica de la Tele); Producciones Mandarina, S.L. (en adelante, Mandarina); Bulldog TV Spain S.L. (en adelante, Bulldog) y Unicorn Content S.L. (en adelante, Unicorn).

CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN EN EL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2019

El 21 de enero de 2019 el Grupo adquirió una participación adicional del 32,5% en la Sociedad Supersport Televisión, S.L. alcanzado un total de participación en dicha Sociedad del 62,5%, pasando a integrarse por el método de integración global.

El 21 de enero de 2019 el Grupo adquirió una participación adicional del 35% en la Sociedad Megamedia Televisión, S.L. alcanzado un total de participación en dicha Sociedad del 65%, pasando a integrarse por el método de integración global.

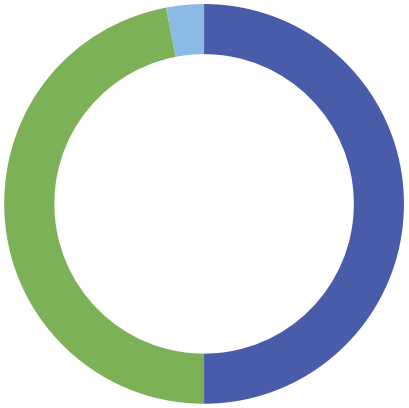
El 5 de marzo de 2019 el Grupo adquirió una participación del 60% en El Desmarque Portal Deportivo, S.L. integrándolo por consolidación global.

Todas estas participaciones se encuentran integradas en las presentes Cuentas Anuales Consolidadas a 31 de diciembre de 2019 por el método de consolidación global y ninguna de ellas tiene un impacto de significatividad en el Grupo.

En fecha 14 de mayo de 2019, la Sociedad del Grupo Supersport Televisión, S.L. constituyó, junto con Telefónica Broadcast Services, S.L. una Unión Temporal de Empresas denominada Telefónica Broadcast Services, S.L.U.-Supersport Televisión, S.L., Unión Temporal de Empresas, Ley 18/1982 de 26 de mayo y Ley 12/1991 de 29 de abril al objeto de prestar servicios de gestión técnica, editorial y de contenido para el canal de TV del Real Madrid C.F.

En fecha 21 de octubre de 2019 la Sociedad Alea Media, S.A. constituyó una Sociedad participada al 100% Alea La Maleta, S.L.U., pasando a integrarse esta participación en el grupo (40%).

Accionariado

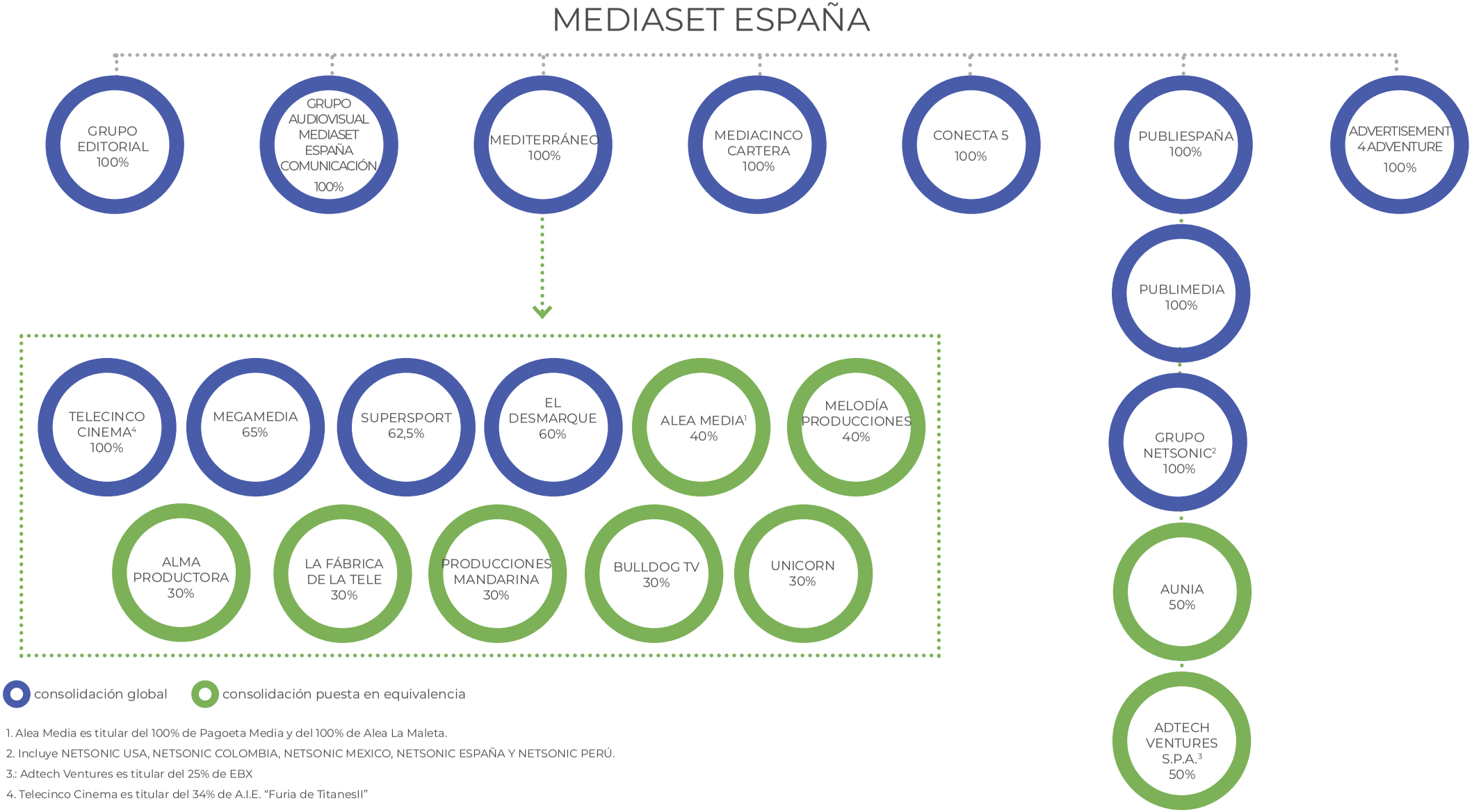


42,4% **FREE FLOAT**

53,3% **MEDIASET SPA**

4,4% **AUTOCARTERA**

Sociedades del Grupo Mediaset España

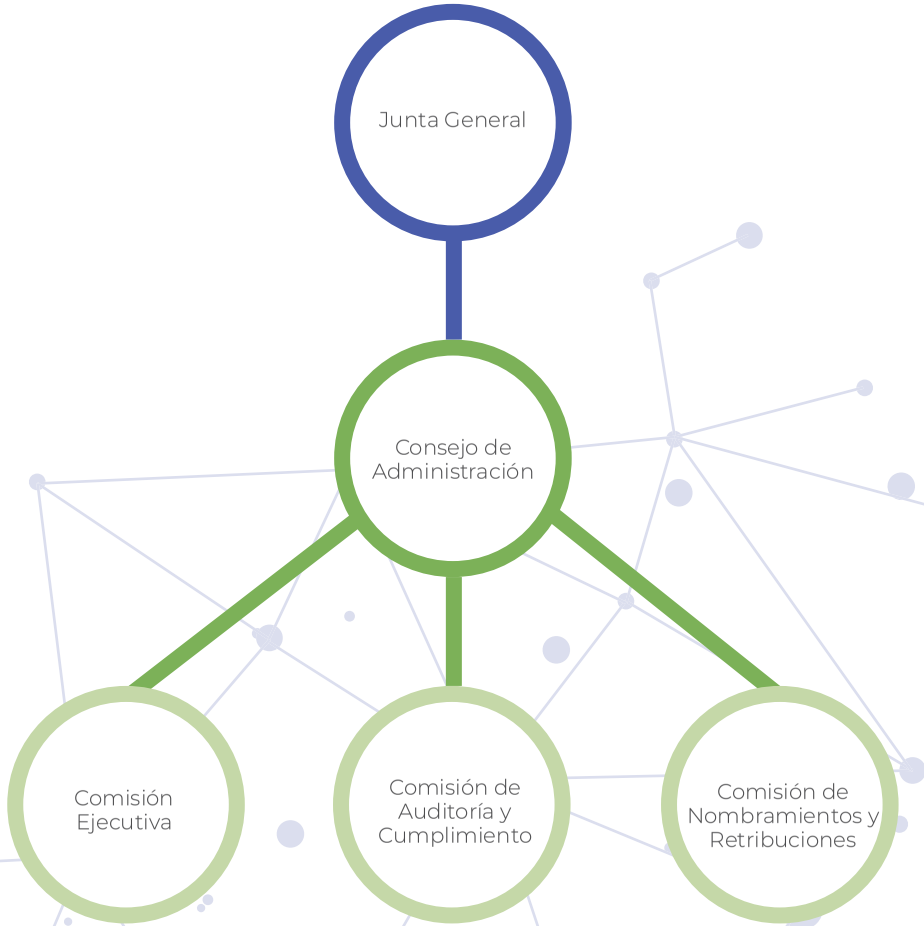


1. Alea Media es titular del 100% de Pagoeta Media y del 100% de Alea La Maleta.
2. Incluye NETSONIC USA, NETSONIC COLOMBIA, NETSONIC MEXICO, NETSONIC ESPAÑA Y NETSONIC PERÚ.
3.: Adtech Ventures es titular del 25% de EBX
4. Telecinco Cinema es titular del 34% de A.I.E. “Furia de TitanesII”

ÓRGANOS DE GOBIERNO

La **Junta General** es el órgano soberano de la compañía y representa a la totalidad de los accionistas, regulándose su funcionamiento y composición en los Estatutos Sociales y en su Reglamento. Debido a su importancia, la asistencia de los accionistas está garantizada por la tenencia de una acción y no existe ninguna decisión que requiera adoptarse con un quórum reforzado.

El **Consejo de Administración** dispone de todas las competencias necesarias para administrar la compañía y se apoya en los órganos delegados y en el equipo de dirección, centrando su actividad en su función general de supervisión de Mediaset España. La regulación de sus funciones, composición y modos de organización se recoge en los Estatutos Sociales y en el Reglamento del Consejo de Administración.



SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

Desde la Dirección General Corporativa se realiza un estricto seguimiento de la normativa aplicable y de las mejores prácticas en materia de buen gobierno con el objetivo de garantizar que Mediaset España cuenta con un sistema de gobierno corporativo robusto y alineado con las principales prácticas establecidas tanto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores, como por los principales estándares internacionales.

MODELO DE BUEN GOBIERNO

Composición del Consejo de Administración

Comisión Ejecutiva

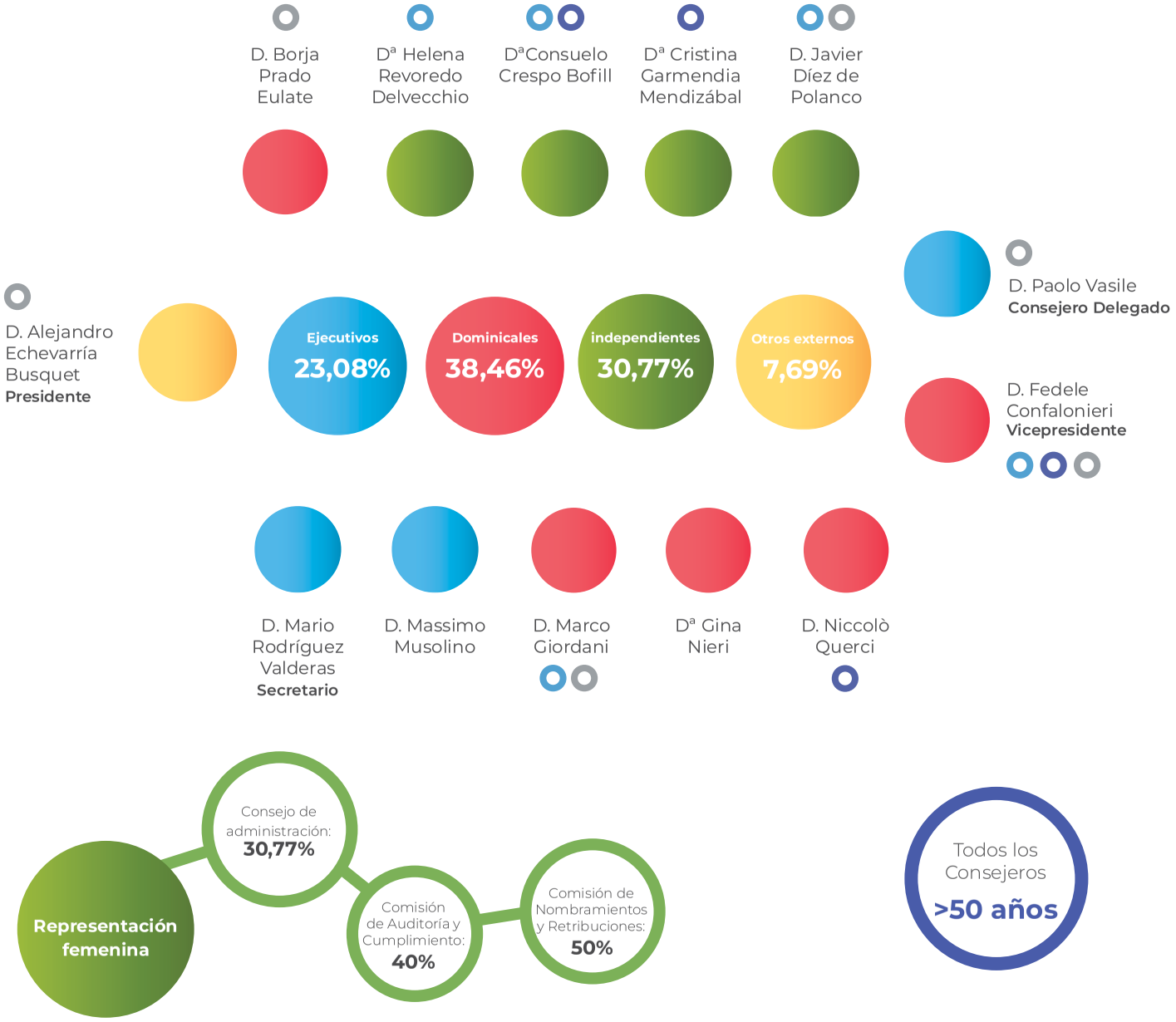
Presidida por un Consejero con la calificación de "Otros Externos" la Comisión Ejecutiva ostenta todas las facultades inherentes al Consejo de Administración, excepto las legal, estatutaria o reglamentariamente indelegables. La Comisión Ejecutiva aborda todos los asuntos de la competencia del Consejo de Administración, salvo los indelegables. De los acuerdos adoptados por la Comisión Ejecutiva se informa al Consejo de Administración.

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Presidida por un consejero independiente con amplios conocimientos contables, tiene establecidas, entre sus funciones, la supervisión de la información financiera que publica la compañía, del control y aprobación de las operaciones vinculadas, conflictos de interés, relaciones con el auditor de cuentas y supervisión de la política de control y gestión de riesgos.

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Presidida por un consejero independiente, tiene establecidas, entre sus funciones, la de proteger la integridad del proceso de selección de consejeros y altos ejecutivos, informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras, asistir al Consejo de Administración en la evaluación del Presidente del Consejo y de los primeros ejecutivos de la compañía, así como en la fijación y supervisión de la política de remuneraciones para Consejeros y altos ejecutivos



PRINCIPALES TEMAS ABORDADOS POR EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

La actividad del Consejo de Administración de Mediaset España se centra en la gestión de la compañía y en la definición, supervisión y seguimiento de las políticas, estrategias y principales directrices.

- Supervisión de la trayectoria de la Compañía y de la evolución de la facturación publicitaria y de 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 2020.
- Establecimiento de objetivos estratégicos para el ejercicio 2020: Fijación de los objetivos estratégicos sobre los que se establece el Mapa de Riesgos de la Compañía.
- Remuneración de los consejeros: Aplicación de principios de equilibrio y moderación a la remuneración del Presidente, Consejero Delegado y vocales.
- Análisis de la situación política y modificaciones legislativas: Preparación de actuaciones internas de cara a diferentes escenarios políticos y/o legislativos.
- Supervisión de la actividad de las diferentes áreas de la compañía: Vela por el cumplimiento de las normas internas
- Impulso del Gobierno Corporativo y de la Responsabilidad Corporativa: Aprobación del Informe Anual Corporativo de Información no Financiera.

Más información

Toda la información de buen gobierno está disponible en nuestra página web http://www.mediaset.es/inversores

REMUNERACIÓN DE LOS CONSEJEROS EN EL 2019

La política de remuneraciones de los consejeros de la compañía viene regulada en los artículos 37 y 56 de los Estatutos Sociales y 28 del Reglamento del Consejo de Administración de la compañía. De acuerdo con los principios que rigen la gestión de Mediaset España, y conforme a lo previsto en el artículo 28 del Reglamento del Consejo de Administración y en las mejores prácticas de gobierno corporativo, la política de remuneraciones deberá ser:

- Acorde con las responsabilidades encomendadas y con la dedicación empleada.
- Incentivante y, por lo tanto, susceptible de atraer y retener a los profesionales más valiosos, retribuyendo la dedicación, cualificación y responsabilidad que el cargo exija.
- Relacionada, en cada momento, con la importancia de la Sociedad en el entorno empresarial y con su situación económica.
- Proporcionada con los estándares del mercado de empresas de características similares.
- Orientada a promover la rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo de la Sociedad.
- Con las cautelas necesarias para evitar una excesiva asunción de riesgos y la recompensa de resultados desfavorables.

En el caso de los Consejeros independientes, esta política persigue, además, que el importe de su retribución sea tal, que ofrezca incentivos para su dedicación y permanencia en la Sociedad, pero que no comprometa su independencia.

En el proceso de definición y aprobación, intervienen diferentes órganos de gestión de la compañía, incluidos sus accionistas. Este proceso se inicia en el seno de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, en la que se analizan y aprueban las principales líneas definitorias de las remuneraciones de los Consejeros, y se formula tanto el presente Informe como la política retributiva de los consejeros, en su caso.

Una vez elaborado el Informe y, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 37.3 de los Estatutos Sociales, es el Consejo de Administración el que tiene atribuida la competencia de aprobar la Política de remuneraciones de sus miembros que se someterá a la aprobación de la Junta General.

Finalmente son los propios accionistas de Mediaset los que valoran y deciden sobre el esquema y forma de retribuir a los consejeros de la compañía a través de la Junta General.

Al igual que en el año precedente, en 2019 la Compañía consideró oportuno someter a la votación vinculante de sus accionistas el Informe de remuneraciones del ejercicio.

Resumen de las retribuciones (miles de euros)

Nombre	Retribución devengada en la Sociedad					Retribución devengada en sociedades del grupo				
	Total Retribución metálico	Beneficio bruto de las acciones o instrumentos consolidados	Remuneración por sistemas de ahorro	Remuneración por otros conceptos	Total ejercicio 2019 sociedad	Total Retribución metálico	Beneficio bruto de las acciones o instrumentos consolidados	Remuneración por sistemas de ahorro	Remuneración por otros conceptos	Total ejercicio 2019 grupo
Don ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	1.003	76			1.079					
Don PAOLO VASILE	1.683	246			1.929					
Don FEDELE CONFALONIERI	151				151					
Don MASSIMO MUSOLINO	971	35			1.006					
Don MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	795	29			824					
Don MARCO GIORDANI	143				143					
Don BORJA PRADO EULATE	123				123					
Don NICCOLÓ QUERCI	123				123					
Doña GINA NIERI	111				111					
Don JAVIER DIEZ DE POLANCO	167				167					
Doña CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	131				131					
Doña CONSUELO CRESPO BOFILL	147				147					
Doña HELENA REVOREDO DELVECCHIO	131				131					
TOTAL	**5.679**	**386**			**6.065**					

MODELO DE
NEGOCIO
MEDIASETespaña.

MODELO DE NEGOCIO

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 contructiva 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
- Creadores internos / externos
- Propiedad intelectual
- Licencias y productos derivados
- Trademarks

COMPRA DE CONTENIDOS
- Gestión de derechos de emisión

DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS
- TDT
- Webs/app
- Plataformas de pago, OTTs y TV internacionales
- Salas de cine y home video
- Agencia de noticias

VENTA DE PUBLICIDAD
- Creación interna / externa de piezas publicitarias

ANÁLISIS DE AUDIENCIA
- Analíticas y Metadata

ÁREAS CORPORATIVAS DE SOPORTE

Modelo de gobierno

GESTIÓN DE GOBIERNO CORPORATIVO
Consejo de Administración, Comisión Ejecutiva, Comisión de Auditoría y Cumplimiento Comisión de Nombramientos y Retribuciones

GESTIÓN DE RIESGOS
Comité de Riesgos; Comité de Adquisiciones; Unidad de Cumplimiento y Prevención; Comité de Gestión de la Seguridad, Unidad de Protección de Datos

GESTIÓN DE CONTENIDOS
Comité Editorial; Comité de Contenidos; Comité de Ficción; Comité Digital

GESTIÓN DE PUBLICIDAD
Comité de Publicidad

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS
Comité de Empresa; Comisión de Igualdad

Qué nos diferencia

Contenidos audiovisuales atractivos para la audiencia

Oferta multicanal y multiplataforma

Política comercial de bloques cortos en prime time, oferta multipantalla y superspot

Riqueza de targets única a nivel nacional

Capacidad de afrontar cambios con rapidez

Qué valor creamos

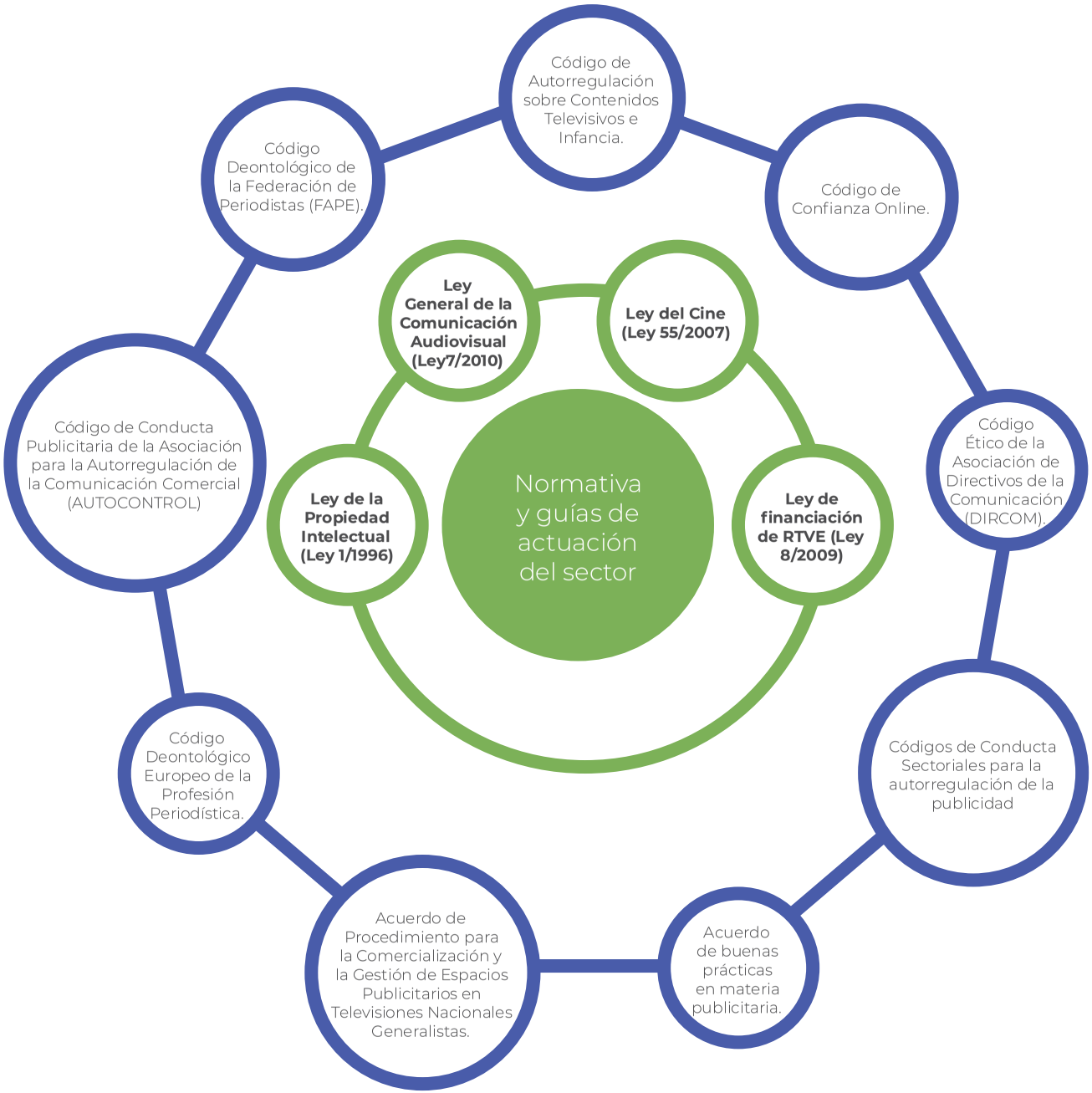
Accionistas
99.958€
Dividendo accionistas

Trabajadores
Empleo directo
1.551

Anunciantes
Valor para nuestros anunciantes
Ratio de eficacia publicitaria=**150**
Entretenimiento valorado por la audiencia
28,9 cuota media de pantalla

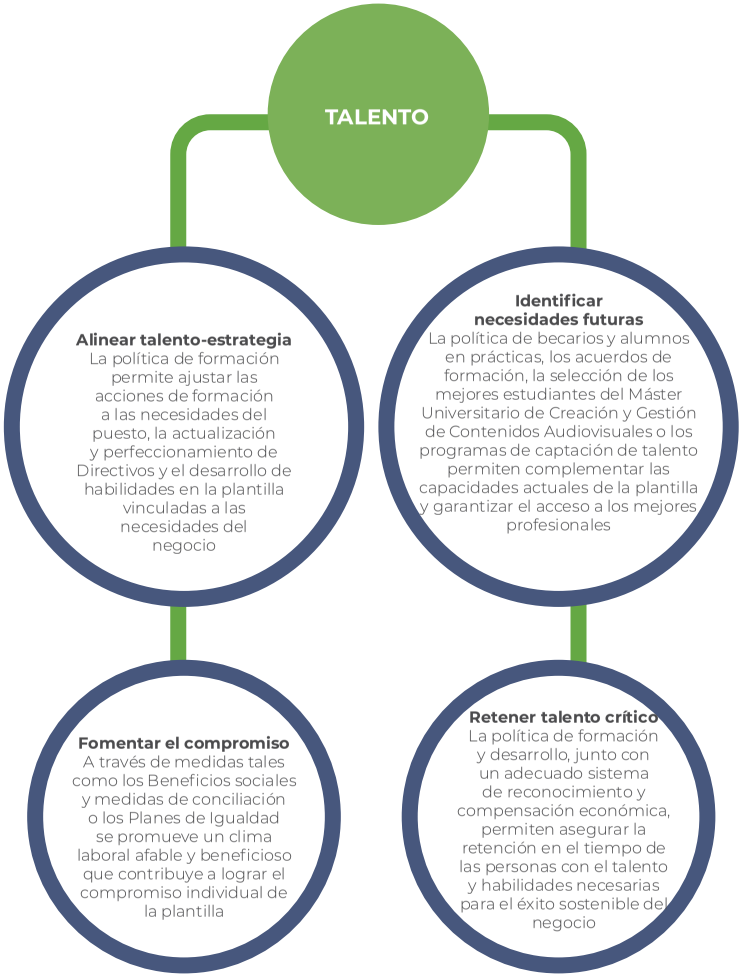
Comunidad
Apoyo a causas sociales
7.720
Administración pública
101.011
Inversión en mejoras ambientales
106
Inversión en derechos audiovisuales
173.104
Proveedores
385.197

Datos a 31/12/2019
Los datos económicos están expresados en miles de €.


Normativa y guías de actuación del sector
Ley General de la Comunicación Audiovisual (Ley7/2010)
Ley del Cine (Ley 55/2007)
Ley de la Propiedad Intelectual (Ley 1/1996)
Ley de financiación de RTVE (Ley 8/2009)
Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia.
Código de Confianza Online.
Código Ético de la Asociación de Directivos de la Comunicación (DIRCOM).
Códigos de Conducta Sectoriales para la autorregulación de la publicidad
Acuerdo de buenas prácticas en materia publicitaria.
Acuerdo de Procedimiento para la Comercialización y la Gestión de Espacios Publicitarios en Televisiones Nacionales Generalistas.
Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística.
Código de Conducta Publicitaria de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)
Código Deontológico de la Federación de Periodistas (FAPE).

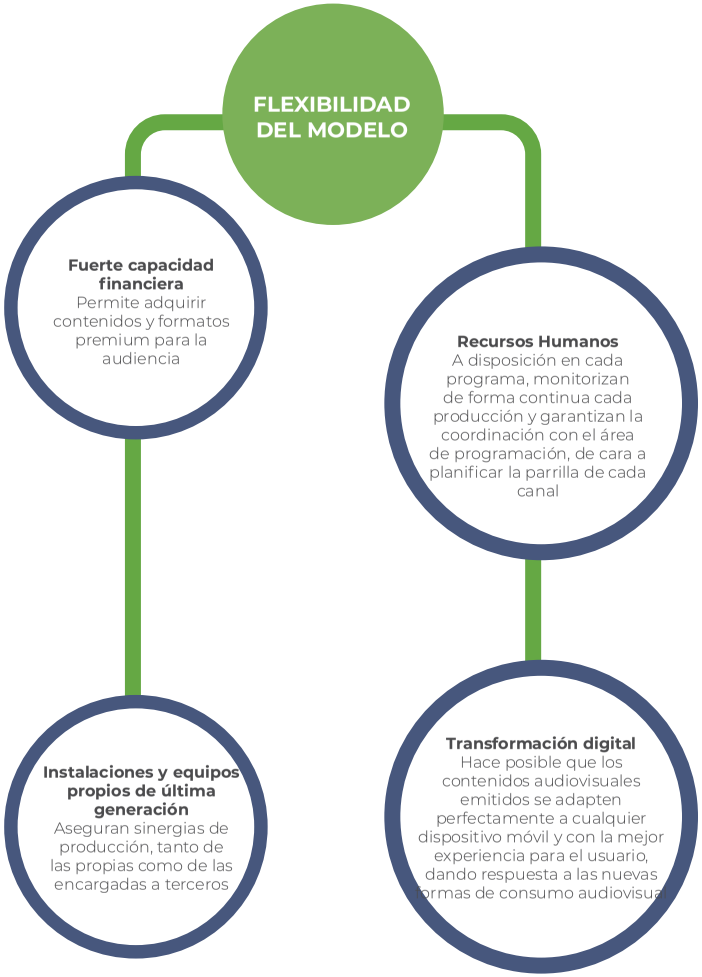
FACTORES CLAVE DE ÉXITO Y DIFERENCIACIÓN

Para garantizar el desarrollo sostenible de su proyecto empresarial, Mediaset España necesita contar con un equipo de personas que posean las aptitudes y actitudes necesarias para desempeñar con éxito los roles asignados, que entiendan y se comprometan con los valores y el comportamiento esperado que debe guiar sus actuaciones.



La amplia variedad de contenidos que ofrece Mediaset España al mercado, a través de una diversa gama de medios que permiten al espectador disfrutar de una experiencia única en función de sus gustos, preferencias y disponibilidad, es uno de los elementos fundamentales que sustentan el éxito del negocio.

La flexibilidad de su modelo junto con la rapidez con la que afronta los cambios, en caso de necesitar sustituir o emitir un nuevo programa, permite a Mediaset España contar con una amplia oferta de programación.



ESTRATEGIA

El ejercicio 2019 se ha caracterizado porque Mediaset ha conseguido adaptarse a la transformación del sector y ejemplo de ello es la materialización de sus principales objetivos estratégicos de negocio fijados para dicho periodo. Como resultado de ello y de forma continuista, en 2020 la estrategia pivotará sobre los siguientes ejes:

1. CULMINACIÓN DE LA TRANSFORMACION DE MEDIASET ESPAÑA EN UNA EMPRESA AUDIOVISUAL BASÁNDOSE EN TRES EJES PRINCIPALES:

a. Manteniendo la posición de liderazgo en el mercado de televisión: (i) audiencia, (ii) cuota y facturación publicitarias, y (iii) rentabilidad.

Mediaset España es una televisión en abierto que es rentable gracias a su capacidad de rentabilizar campañas publicitarias con una estructura de costes de programación/producción eficiente y competitiva. Esa eficacia se debe a la capacidad de atraer diferentes y grandes masas de audiencia cada vez mejor atendidas gracias a la diversidad de contenidos que se ofrecen a través de sus ocho canales en abierto, así como de sus plataformas digitales. Además, en 2019 Mediaset ha continuado impulsando la tecnología HBBTV, que ha sido una ventana más de emisión más de todos nuestros contenidos. Finalmente, la compañía ha lanzado la plataforma digital de pago denominada MitelePlus como nueva iniciativa para impulsar su negocio de televisión.

Asimismo, Mediaset ha lanzado y continuará creando nuevas marcas de programas que reforzarán su liderazgo como empresa audiovisual.

El liderazgo en cuota publicitaria, facturación y rentabilidad se muestra por los datos financieros y operativos conseguidos.

b. Promoviendo la obtención de rentabilidad en internet.

Como no podía ser de otra manera, cualquier línea de negocio de Mediaset España debe obtener rentabilidad en sí misma. Las iniciativas que el Grupo ha realizado por fortalecer sus plataformas digitales a través de la distribución de sus contenidos han dado sus frutos. En este sentido y teniendo en cuenta que parte de la estrategia pivotará en el desarrollo del negocio digital, se iniciarán actuaciones que tengan como objetivo incrementar las coberturas del Grupo sin poner en riesgo la rentabilidad positiva de esta actividad. El objetivo es atraer a aquellos públicos que consumen contenidos específicos del mundo digital al mundo de la televisión. Toda la oferta Mediaset la integra a través de sus distintos canales, bien en abierto, en su plataforma web, en app´s, en plataforma para móviles y tablets y en otros nuevos tipos de distribución que puedan aparecer.

Como hemos comentado en el apartado anterior, la nueva plataforma digital de pago será un nuevo vehículo de oferta audiovisual. Se espera continuar incorporando nuevos públicos que se complementen con la audiencia principal de Mediaset.

c. Impulsando alianzas en la producción y explotación de contenidos audiovisuales.

Mediaset España es una empresa audiovisual líder en emisión y producción de contenidos. Debido a ello y a la aparición de nuevos demandantes de productos audiovisuales, el Grupo lleva impulsando alianzas con éstos para la venta de series, películas, programas, etc. así como fórmulas para la explotación de estos.

Mediaset quiere ofertar sus productos audiovisuales con vocación multiplataforma. La emisión a través de sus ocho canales TDT, el lanzamiento del HBBTV, las plataformas Mitele y Mitele Plus, web´s de sus canales, acuerdos con los mayores jugadores OTT como son Netflix, Amazon, HBO y YouTube consiguen posicionar a Mediaset como líder audiovisual en el mercado español.

En este sentido, Mediaset España creó Mediterráneo, el primer conglomerado audiovisual de productoras a nivel nacional con mayor experiencia en contenidos diversificados como el entretenimiento, la ficción, el cine, los eventos deportivos, los formatos nativos digitales y los desarrollos branded. Mediterráneo nació con una base de clientes entre la que destacan los soportes de Mediaset España y otros canales de televisión como TVE, Mediaset, Real Madrid TV, Telemadrid, Telefé y la BBC, así como plataformas de distribución de contenidos como HBO, Netflix y Amazon.

2. SEGUIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO Y DESARROLLO DE LAS RELACIONES CON LOS ÓRGANOS DE CONTROL E INSTITUCIONES PÚBLICAS.

En un entorno de continuos cambios regulatorios, tanto sectoriales como económico-financieros (contables, fiscales y laborales), Mediaset España busca adecuarse de la forma más eficiente a los mismos priorizando el escrupuloso cumplimiento de la nueva regulación que entre en vigor.

Mediaset ha culminado con éxito las adaptaciones a todas las nuevas regulaciones sectoriales y de competencia promovidas por el regulador.

3. DIMENSIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN Y LOS PROCESOS DE FORMA ADECUADA AL ESCENARIO COMPETITIVO.

Mediaset siempre ha sido una compañía que ha promovido la productividad de su organización a todos los niveles. La ya comentada evolución tecnológica que se caracteriza además por tener una velocidad vertiginosa obliga a que nuestro Grupo mantenga una plantilla acorde con ese proceso de transformación. Mediaset España quiere cuidar su organización basándose en las capacidades que sus empleados han demostrado hasta ahora. Dichas capacidades de esfuerzo, de flexibilidad, de compromiso, de fidelidad y de productividad han permitido que el Grupo continúe siendo líder en el sector audiovisual.

Ya desde varios años Mediaset ha ido incorporando nuevos perfiles de empleados acordes con las nuevas necesidades de producción de contenidos y de nuevas fórmulas de venta de publicidad. Este proceso se modernización de la plantilla incluye planes de formación específicos para colectivos de empleados. Estos planes irán dirigidos a mantener y mejorar los conocimientos en las áreas core de la compañía.

RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Los principales grupos de interés de Mediaset España son aquellos colectivos que hacen posible su actividad empresarial o se ven afectados por ella. En su identificación participan las principales áreas del negocio, bajo la coordinación de la Dirección General Corporativa.

Conocer sus expectativas es fundamental para la sostenibilidad del negocio y por ello, Mediaset España los integra en su gestión mediante diversos canales de información, comunicación e interacción, con el objetivo de ser capaz de dar respuesta, de la mejor forma posible a sus inquietudes.

Los roadshows, reuniones, webcast y demás medios establecidos por el área de Relaciones con Inversores y la Oficina del Accionista son los canales que permiten recoger las inquietudes de los accionistas y la comunidad inversora y dar respuesta a las mismas

El **buzón de responsabilidad corporativa** mantiene la comunicación con quienes se interesan por la gestión responsable del negocio audiovisual, así como con quienes solicitan la colaboración de la compañía en trabajos académicos o en el desarrollo de herramientas relacionadas con la responsabilidad social

Las **mediciones de audiencia** permiten tomar el pulso de la adecuación de los contenidos que ofrece la compañía; los **foros y blogs** abiertos en las páginas web facilitan el diálogo con la audiencia

A través de las **agencias de medios** canaliza la interacción con los anunciantes

El **Buzón ético** sirve para trasladar cualquier inquietud sobre prácticas de negocio contrarias a los valores del Código Ético, la ética y la buena fe

El **Portal del Empleado** y la **intranet corporativa** son los principales canales para transmitir toda la información relevante para la plantilla y a través de los distintos **Comités** se recogen sus inquietudes y requerimientos

Las **reuniones periódicas** y el contacto directo con el gestor de cada compra permiten el diálogo fluido con los proveedores, quienes también cuentan con una dirección de **correo electrónico** a través de la cual pueden plantear sus inquietudes y necesidades

La **participación en asociaciones de referencia en el sector** permite a la compañía intervenir en el desarrollo de las iniciativas que regulan la actividad del sector en el ámbito nacional, comunitario e internacional

Principales grupos de interés y herramientas de comunicación y diálogo

Empleados

- División de RR.HH
- Intranet corporativa
- Portal del Empleado
- Tablones de anuncios
- App de RRHH
- Agente de Igualdad
- T Comités de Seguridad y Salud
- Comité de Empresa y Delegados Sindicales
- Buzón ético

Artistas y profesionales del sector

- Depto. Contratación Artística
- Div. Producciones Especiales

Accionistas e Inversores

- A Informes anuales
- A Junta General
- T Presentación de resultados y webcast
- Roadshows
- Desayunos informativos
- Reuniones y conference call
- Oficina del Accionista (T. 91 358 87 17)
- Relación con Inversores inversores@mediaset.es (T. 91 396 67 83)

Administración

- Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)
- Secretaria de Estado para Sociedad de la Información y la Agenda Digital (Ministerio de Economía y Empresa)
- Dirección General de Ordenación del Juego (Ministerio de Hacienda)
- Ministerio de Cultura
- Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)

Comunidad

- Acuerdos de colaboración con Universidades
- Organizaciones sociales: Dir. General Corporativa rc@telecinco.es
- Portal de Empleo http://www.rrhhempleo.telecinco.es/
- Ejercicio de los derechos ARCO privacidad@mediaset.es
- División de Comunicación mediasetcom@mediaset.es
- Responsabilidad Corporativa rc@telecinco.es

Proveedores

- Dir. Compras y SS. Generales
- Web de acceso privado para proveedores
- E-mail: comprasyservicios@telecinco.es

Audiencia

- Webs de programas
- Redes sociales
- Blogs, encuentros digitales, foros
- Encuestas de opinión y medición de audiencias

Competencia

- Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT)
- C Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación
- Responsible Media Forum

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

FRECUENCIA
Continua **A Anual** **T Trimestral** **C Cuatrimestral**

SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS

GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

El Sistema de Gestión de Riesgos implantado en el año 2007, basado en COSO II y periódicamente actualizado desde entonces, permite garantizar una gestión de riesgos integral y tiene como finalidad la identificación, control y gestión de los riesgos relevantes que puedan afectar al cumplimiento de los objetivos definidos.

Consejo de Administración

Máximo órgano de gobierno. Entre otros cometidos, tiene la aprobación y seguimiento, previo informe de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, de la política de control y gestión de riesgos, incluidos los fiscales, así como la supervisión de los sistemas internos de información y control.

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Órgano delegado del Consejo de Administración. Tiene, entre otras responsabilidades, las de conocer, comprobar y supervisar la adecuación e integridad del proceso de elaboración de la información financiera, el control interno y los sistemas de gestión de riesgos, debiendo garantizar el cumplimiento de la Política de Riesgos.

Comité de riesgos

Depende de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Es el órgano a través del cual se desempeñan las funciones ejecutivas de gestión de los riesgos en la operativa diaria de la compañía, estableciendo el marco para la Gestión Integral de Riesgos del Grupo.

Unidad de Cumplimiento y Prevención

Depende de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Entre sus cometidos tiene el de velar por la aplicación del Código Ético por parte de las distintas sociedades del Grupo y evaluar su grado de cumplimiento, velar por el cumplimiento del Reg. Interno de Conducta, gestionar el canal de denuncias e investigaciones internas, o establecer y actualizar los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas.

Comité de Adquisiciones y Ventas

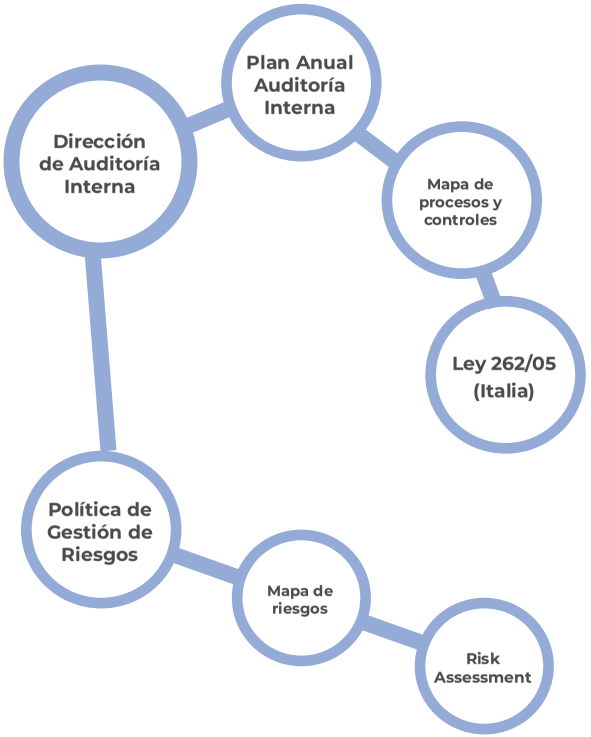
Tiene el cometido de analizar la información económico-financiera de cualquier producción, compra de bienes o contratación de servicios cuyo importe sea superior a 20.000€ anuales, o ante la oportunidad de compra/venta de derechos u otro tipo de venta.

Comité de Gestión de la Seguridad

Entre sus principales funciones se encuentran las de revisar, aprobar e impulsar la Política de Seguridad, así como realizar un seguimiento de las incidencias de seguridad críticas producidas en el Grupo.

Unidad de Protección de Datos

Depende de la Dirección General Corporativa. Tiene el cometido de establecer y mantener el Modelo de Privacidad sobre el tratamiento de los datos de carácter personal.



Sistema de control interno de la información financiera (SCIIF)

Código Ético

Modelo de Prevención y Detección de Delitos

Políticas y procedimientos

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.

A su vez, el Grupo tiene implantado un Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF) que le permite garantizar la fiabilidad de la información financiera publicada, tanto por las empresas del Grupo de forma individual como de forma consolidada, el cumplimiento de los requisitos normativos, así como la corrección de posibles deficiencias observadas, minimizando los riesgos asociados al reflejo de las operaciones en los estados financieros del Grupo.

Por otra parte, Mediaset España tiene implantados los procedimientos necesarios para cumplir con la Ley italiana 262/05, en cuanto a procesos y controles relacionados con la información contable.

Política de Gestión Integral de Riesgos

Identificación

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

Evaluación

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

Mapa de riesgo

Los "gestores" de los riesgos, junto con la Dirección de Auditoria 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

Plan de acción

Los "propietarios"/ "gestores" de riesgos definen las acciones requeridas como mecanismo de control específicos para cada riesgo identificado

Seguimiento

La Dirección de Auditoría Interna supervisa y monitoriza la ejecución de los controles definidos en el Plan de Acción

Horas de formación

180

Formación anual sobre normas contables

Formación anual sobre auditoría y actualización fiscal

Formación anual a todo el personal involucrado en la elaboración y supervisión de la información financiera y en la evaluación del SCIIF

Mapa de Riesgos

Aprobación por parte de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Revisión semestral por parte de la Dirección de Auditoría Interna y actualización anual

Asignación de un responsable específico para cada riesgo identificado, para su monitorización y gestión

Implantación de Políticas de actuación, procedimientos y procesos. Aplicación de herramientas informáticas que permiten mitigar los riesgos identificados

Análisis, supervisión y evaluación de los riesgos y coordinación de los planes de acción para mitigarlos y el sistema de seguimiento, por parte de la Dirección de Auditoría Interna

Supervisión trimestral de los KRIs en el Comité de Riesgos

Durante el proceso de **monitorización y 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

UNIDAD DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN

Principales actividades

- Definición y actualización del mapa de riesgos penales.
- Establecimiento y actualización de los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas.
- Gestión del canal de denuncias e investigaciones internas.
- Supervisión y coordinación de la aplicación del Código Ético por parte de las distintas sociedades del Grupo.
- Evaluación anual del grado de cumplimiento del Código Ético.

Principal actividad en 2019

- Adecuación a la UNE 19601.
- Valoración de los delitos contra el medio ambiente.
- Revisión de controles que mitigan riesgos penales y actualización del Mapa de Riesgos Penales.
- Actualización de procedimientos y políticas que sustentan el Modelo de Prevención y Detección de Delitos.
- Formación a toda la plantilla sobre Prevención de Riesgos Penales.
- Divulgación del Código Ético.

Principales Políticas y procedimientos de Gestión de Riesgos

- Código Ético
- Política de seguridad corporativa
- Política de gestión integral de riesgos
- Política de Cumplimiento Normativo
- Reglamento interno de conducta en el mercado de valores

Certificación del Sistema de Cumplimiento

iuriscert COMPLIANCE PENAL UNE 19601 AENOR conform

CÓDIGO ÉTICO

El Grupo Mediaset España cuenta con un Código Ético que establece 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. Este Código ha sido actualizado a propuesta de la Unidad de Cumplimiento y Prevención y aprobado por el Consejo de Administración en Julio de 2019.

El control del cumplimiento del Código Ético corresponde a la Dirección de Auditoría Interna y a la Dirección de Recursos Humanos. Las actividades de control de la aplicación efectiva de los procedimientos y códigos correspondientes, así como las diligencias ante cualquier situación de posible irregularidad, fraude o corrupción, son llevadas a cabo por la Dirección de Auditoría Interna, quien deberá elevar el caso a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

Los **conflictos de interés** se encuentran regulados tanto por el Código Ético, como por el Reglamento Interno de Conducta del Grupo. De esta forma, se establecen criterios y normas de actuación claros que pretenden evitar situaciones que generen dudas en torno a los intereses que motivan las actuaciones de cualquier persona que forma parte de la compañía, con el fin último de asegurar la integridad en la creación de contenido y su divulgación.

A su vez, la compañía tiene implantados varios procedimientos que mitigan el riesgo de existencia de conflictos de interés y estimulan la transparencia y el buen hacer, tales como el Procedimiento del Comité de adquisiciones y ventas, el Procedimiento de adquisiciones de bienes y servicios, el Procedimiento de firma de contratos o el Procedimiento de gestión de apoderamientos.

LOS CONFLICTOS DE INTERÉS SE ENCUENTRAN REGULADOS TANTO POR EL CÓDIGO ÉTICO, COMO POR EL REGLAMENTO INTERNO DE CONDUCTA DEL GRUPO.

PRINCIPIOS Y VALORES DEL CÓDIGO ÉTICO

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

PRINCIPALES APARTADOS DEL CÓDIGO ÉTICO

- Cumplimiento legal y regulatorio.
- Conflicto de interés.
- Confidencialidad e información confidencial.
- Información privilegiada.
- Integridad, responsabilidad y transparencia de la información financiera.
- Igualdad y no discriminación.
- Salud, seguridad en el trabajo y protección del medio ambiente.
- Propiedad intelectual e industrial.
- Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.
- Libertad de expresión e independencia periodística.
- Relaciones comerciales y con la competencia.
- Privacidad y protección de datos.
- Prácticas fraudulentas y promesas engañosas.
- Defensa de la competencia.
- Deber de comunicación.
- Gestión de las violaciones del Código Ético.

Más información

El reglamento del Consejo está disponible en la nuestra página web
https://www.mediaset.es/inversores/es/Consejo_de_Administracion.html

Para evitar los potenciales conflictos de interés en la creación de contenido y/o su divulgación, todos los encargos de creación de contenidos son revisados, analizados y finalmente aprobados por el Comité de Adquisiciones del Grupo. En el caso de cualquier operación de compra/venta de contenido con un accionista o empresa participada de Mediaset España, dicha operación debe ser previamente autorizada por dicho Comité o por el Consejo de Administración, si fuera necesario.

Además, se encuentran establecidos diversos mecanismos para detectar y resolver posibles conflictos de interés entre la sociedad y sus Consejeros, con el fin de evitar conductas que puedan causar un perjuicio a la sociedad o a sus accionistas.

Estos mecanismos se encuentran definidos en el reglamento del Consejo de Administración.

El Código Ético, junto con la Política de Cumplimiento Normativo y el Protocolo de Detección y Prevención de Delitos, establecen el marco de actuación para prevenir y evitar que se produzcan acciones que puedan ser consideradas prácticas de corrupción, soborno, estafa o cualquier comportamiento tipificado como delito por el Código Penal.

La segregación de funciones, reflejada en el Mapa de Procesos y Controles, establecida para preservar que las actividades críticas de cada proceso productivo no recaigan en la misma persona ni en la misma área, contribuye a disminuir el riesgo de que se originen prácticas corruptas. A su vez, la Dirección Económico-Financiera tiene establecidos controles exhaustivos para verificar todas las operaciones de cobro y pago de sus operaciones de ingresos y gastos.

Dentro del Plan Anual de Auditoría, el Departamento de Auditoría Interna lleva a cabo el análisis de los riesgos relacionados con la corrupción u otros comportamientos delictivos en las líneas de actividad que mayor incidencia tienen en el Grupo. En 2019 se han revisado dichos riesgos en todas las unidades de negocio del Grupo.

EN 2019 NO SE RECIBIÓ NINGUNA DENUNCIA DE CORRUPCIÓN CONTRA EL GRUPO O SUS EMPLEADOS

CONTROLES DEL GRUPO PARA MITIGAR LOS RIESGOS DE CORRUPCIÓN Y SOBORNO

- Matriz de poderes y política de uso
- Segregación de funciones
- Proceso de Adquisición de Derechos de Emisión y / o Derechos sobre formato
- Procedimiento de compras y adquisiciones
- Procedimiento de firma de contratos
- Comité de Adquisiciones y Ventas
- Protocolo de homologación de proveedores
- Procedimiento de dietas y gastos de desplazamiento
- Procedimiento de aceptación y entrega de regalos e invitaciones
- Protocolo de concesión de donaciones y gestión de sponsors
- Cláusulas contractuales relativas a la prevención de riesgos penales en contratos con terceros
- Órdenes de publicidad convencional asociadas a un acuerdo comercial

Formación en procedimientos anticorrupción 2019

Procedimientos de control de la gestión de la cadena de suministro

Previo a la contratación de servicios o bienes, se aplica el **Protocolo de homologación de proveedores**: análisis de solvencia de los proveedores, certificado de residencia fiscal en caso de no residentes y certificado de contratista en caso de residentes, Políticas y Certificaciones de Calidad y RSC

En las relaciones contractuales se tienenen cuenta temas relacionados con la Protección de los Datos de Carácter Personal (PD) y la contratación de seguros de Responsabilidad Civil y de daños

Los proveedores que prestan sus servicios dentro de las instalaciones del Grupo deben cumplir con requerimientos vinculados a la Prevención de Riesgos Laborales

Todos los contratos tienen algún tipo de cláusula de PD para cumplir con la legislación en materia penal.

Firma de contrato
Obligatoria para toda solicitud de adquisición de bienes por importe superior a 150.000€, o contratación de servicios independientemente del importe

Comité de Adquisiciones
Aprobación de toda compra superior a 20.000€

CUALQUIER COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS ESTÁ REGULADA MEDIANTE LOS PROCEDIMIENTOS DE ADQUISICIONES Y DE FIRMA DE CONTRATOS, Y ES LA DIRECCIÓN DE COMPRAS Y SERVICIOS GENERALES LA ENCARGADA DE REALIZAR Y SUPERVISAR LA GESTIÓN.

La compañía también tiene implantadas medidas para minimizar el riesgo de que sus empleados cometan **faltas o delitos de agresión.** En este sentido, se garantiza que el personal de seguridad subcontratado por Mediaset España ha recibido formación en materia de Derechos Humanos, ya que cuenta con la titulación oficial de Vigilante de Seguridad que incluye un módulo formativo en este tema.

Mediaset España exige a las empresas de seguridad con quienes trabaja, la habilitación por el Ministerio del Interior y todos los vigilantes cuentan con su Tarjeta de Identidad Profesional (T.I.P.). Por su parte, las faltas o agresiones cometidas en el entorno laboral por cualquier trabajador del Grupo están debidamente sancionadas por el Régimen Disciplinario de los Convenios Colectivos aplicables.

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 al respecto por la Consejería de Empleo de la Comunidad de Madrid, garantizando que no se vulneren sus derechos a la educación y al disfrute de su tiempo de ocio. A su vez, el Código Ético regula las conductas individuales para evitar actitudes que puedan calificarse como corrupción de menores. Por otra parte, Mediaset España lleva a cabo una constante revisión de sus actividades y de los escenarios donde trabajan los menores, de cara a garantizar su plena seguridad y el absoluto respeto de sus derechos.

Mediaset España cuenta con un sistema de **alertas de gestión y fraude** instalado con el fin de prevenir prácticas irregulares o detectar indicios de operaciones sospechosas. El sistema cuenta con indicadores clave sobre los principales procesos del Grupo relacionados con ingresos, gastos y sistemas informáticos y una monitorización diaria mediante controles automatizados de la información registrada en las principales aplicaciones que soportan dichos procesos.

MEDIASET ESPAÑA CUENTA CON UN SISTEMA DE ALERTAS DE GESTIÓN Y FRAUDE INSTALADO CON EL FIN DE PREVENIR PRÁCTICAS IRREGULARES O DETECTAR INDICIOS DE OPERACIONES SOSPECHOSAS.

Por otra parte, cualquier empleado, directivo, administrador o colaborador del Grupo Mediaset que tenga fundadas sospechas de la existencia de prácticas contrarias a los principios y valores del Código Ético o a la ética y la buena fe en los negocios, puede comunicarlas a través del **Buzón Ético** disponible en la intranet corporativa, anteriormente llamado canal de denuncias. Este buzón puede utilizarse como canal de denuncias, consultas o sugerencias para mejorar el cumplimiento normativo y la buena gestión corporativa y su utilización está regulada en el “Procedimiento de utilización y gestión del buzón ético”.

Semestralmente, un pop-up recuerda la existencia del Buzón ético a todos los empleados y colaboradores que trabajan en el entorno de Mediaset España.

La Secretaría de la Unidad de Cumpliimento y Prevención es la encargada de analizar la información recibida y valorar su veracidad y credibilidad, elevando las que estime fundadas a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento para su valoración final. Por su parte, tiene la obligación de garantizar y asegurar adecuadamente la correcta y completa protección de la privacidad y confidencialidad de la información comunicada y de las personas implicadas. Asimismo, debe valorar el inicio de la investigación sobre la información recibida, o remitir la misma a la Unidad de Cumplimiento y Prevención. En 2019, no se recibió ninguna consulta, denuncia o sugerencia a través del Buzón Ético.

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 el desarrollo del negocio y el cumplimiento de los objetivos estratégicos.		El Grupo 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, el Grupo 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. 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, el Grupo 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 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.	En 2019 se han recibido varios expedientes sancionadores por incumplimientos. El más importante es el recibido de la CNMC en noviembre de 2019 por importe de 38,9 así como la imposición de una serie de restricciones a la comercialización de la publicidad	Mediaset esta presente en los grupos de trabajo creados para cambios normativos y además implementa rápidamente todos los cambios normativos que se producen y le afectan. En cuanto a la resolución de la CNMC, Mediaset España ha comunicado su más absoluto desacuerdo con la decisión de la CNMC y ha presentado un recurso ante la Audiencia Nacional	1. Número de Expedientes Sancionadores nuevos en el año comparados con el año anterior. 2. Número de Expedientes cerrados que han supuesto una sanción económica 3. Materialidad económica de los expedientes.	LENTO
PERDIDA DE COBERTURA DE LA TV Y UNA BAJADA DE CONSUMO POR OTRAS PLATAFORMAS	La ampliación de la oferta televisiva por la incorporación de plataformas OTT junto con nuevos patrones de consumo puede provocar un descenso en el consumo de TV y por consiguiente, una pérdida de cobertura y notoriedad de la televisión en abierto.		Desde 2015, dentro del consumo de televisión en abierto, también se considera el consumo en diferido, y desde 2017 el consumo de invitados. Esta nueva medición ha provocado un aumento en el consumo total de tevisión en abierto. Por otro lado, Mediaset apuesta por una programación de contenidos en directo, más dirigidos a un consumo en el momento que a un consumo bajo demanda.	Sí	Mediaset ha aumentado la inversión para poder ofrecer sus productos audiovisuales en otras plataformas de consumo	Consumo de TV en abierto - Kantar Media y consumo en digital a través de Comscore	LENTO
ENTORNO POLÍTICO Y MACROECONÓMICO ADVERSO	El negocio de la televisión está directamente relacionado con el crecimiento económico y por tanto, éste es un factor externo que tiene incidencia directa en el negocio.		"Desde el inicio de la crisis, el Grupo ha adoptado medidas dirigidas al control de costes, tanto de negocio como de estructura, que perduran en el tiempo dada la coyuntura económica vigente. Búsqueda de nuevas fórmulas de ingresos operativos."	No	No aplica	1. Evolución de la inviersión publicitaria 2. Evolución del PIB	MUY RÁPIDO

CULMINACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN EN UNA EMPRESA AUDIOVISUAL DIMENSIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN SEGUIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO

LENTO (>12 meses) RÁPIDO (6-12 meses) MUY RÁPIDO (<6meses)

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
COMPETIDORES Y CONDICIONES DE MERCADO	"Fuerte competencia en el sector audiovisual donde la alta fragmentación se ve potenciada por la entrada de nuevos agentes en el mercado. Por tanto, no sólo se produce una mayor competencia por adquirir contenidos atractivos para los usuarios y en condiciones económicas interesantes para la compañía, sino que también surgen nuevos generadores y emisores de contenidos audiovisuales propios. A su vez, las nuevas plataformas de contenidos no se encuentran sometidas a las mismas obligaciones y límites respecto de los canales de televisión. Estas nuevas plataformas provocan un cambio de habito de consumo del contenido que impacta en el consumo televisivo."		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 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. Mediaset ha creado la empresa Producciones Audiovisuales Mediterráneo para potenciar la producción de productos de series de ficción y otros programas. Así como, la venta de estos productos.	Si han aparecido nuevos competidores de OTT	Mediaset sigue apostando por la multimedia y para ello ha creado equipos específicos para el ámbito digital en las áreas de comercial y marketing. Continua haciendo esfuerzos a nivel de inversión para el continuo desarrollo de sus plataformas multimedia.	Datos de audiencia en los canales TDT y on-line.	RÁPIDO
PÉRDIDA DE LIDERAZGO	Amenaza de una posible pérdida de liderazgo en la cuota publicitaria y/o rentabilidad, derivado de un cambio en las estrategias de tarifas publicitarias de los principales competidores y/o de una falta de adaptación de estrategia de venta de publicidad a la evolución del consumo televisivo.		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 intenta fortalecer su liderazgo en audiencia a través de sus productos y marcas.	No	N/A	Valor de la cuota publicitaria conseguida por el grupo con respecto al total de inversión	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 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	Ante este riesgo el Grupo ha activado sus protocolos de respuesta.	N° de incidentes producidos que afectan a la reputación del Grupo.	MUY RÁPIDO

CULMINACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN EN UNA EMPRESA AUDIOVISUAL DIMENSIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN SEGUIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO

LENTO (>12 meses) RÁPIDO (6-12 meses) MUY RÁPIDO (<6meses)

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
FINANCIERO	La apreciación del Dólar respecto del Euro tiene un impacto en el negocio de la televisión, al ser compradora de derechos audiovisuales en mercados que operan con esta divisa.		La compañía tiene contratados los oportunos instrumentos de cobertura y seguros de cambio para mitigar un posible impacto negativo.	No	No aplica	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.	No	No aplica	Porcentaje de inversión aprobado	LENTO
PIRATERIA	El avance tecnológico y el declive en los costes asociados facilita el posible acceso no autorizado a contenidos musicales y audiovisuales y que éstos sean rápidamente compartidos por los usuarios de nuevas tecnologías, sin la autorización de los legítimos poseedores de los derechos y sin el pago de los correspondientes royalties.		"Mediaset España tiene establecidos contratos sólidos con proveedores de primera línea para el alojamiento del archivo digital. A su vez, tiene definidos procedimientos de control del flujo de contenidos hacia las distintas plataformas y se llevan a cabo auditorías técnicas para la revisión de su correcta aplicación. Adicionalmente, cuenta con un servicio externo de monitorización de contenidos en youtube, mediante el cual se rastrea y elimina de este canal todos aquellos contenidos propiedad de Mediaset. 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	No aplica	Número de incidentes producidos por este riesgo.	RÁPIDO
CIBERATAQUES	Daños causados por terceros en las plataformas de servicios, que produzcan una interrupción en los servicios prestados a los clientes y/o una brecha en la protección de datos personales.		Mediaset España tiene definido un Mapa de Riesgos de Ciberseguridad del Grupo 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. El Grupo cuenta con un servicio de mitigación de ataques mediante Denegación de Servicio (DOS).	No	Mediaset realiza un seguimiento continuo sobre los nuevos virus/ vulnerabilidades que van apareciendo. En 2019 no se han sufrido incidentes de seguridad reseñables. Tan solo hemos recibido alertas de virus en equipos que se han solucionado con la propia herramienta de antivirus corporativa.	Número de incidentes producidos por este riesgo y materialidad del mismo.	MUY RÁPIDO

CULMINACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN EN UNA EMPRESA AUDIOVISUAL DIMENSIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN SEGUIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO

LENTO (>12 meses) RÁPIDO (6-12 meses) MUY RÁPIDO (<6meses)

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
LITIGIOS	Litigios y contenciosos que el Grupo 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.	No	Desde las áreas de Asesoría Jurídica y resto de áreas afectadas se realiza un seguimiento continuo de los litigios abiertos.	N° de expedientes nuevos.	LENTO
PERDIDA 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 tienen una unidad de Investigación de nuevos productos que esta continuamente mirando el mercado en la búsqueda de nuevos productos.	Sí, sin impacto material en el negocio.	No aplica	Numero de incidentes producidos.	RÁPIDO
INTERRUPCIÓN DEL NEGOCIO	Fallo en la operativa de los sistemas o infraestructuras clave del negocio que puede provocar la interrupción de la emisión, con el consiguiente impacto en la rentabilidad.		El Grupo 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	No aplica	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.		Mediaset tiene definidos diferentes protocolos para asegurar la confidencialidad de la información. Código Ético, Política de Seguridad Corporativa, Protocolo de comunicación de información a la CNMV. Además, incluye clausulas de privacidad en los contratos con sus proveedores.	No	No aplica	Número de incidentes producidos por filtración de información	MUY RÁPIDO

CULMINACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN EN UNA EMPRESA AUDIOVISUAL DIMENSIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN SEGUIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO

LENTO (>12 meses) RÁPIDO (6-12 meses) MUY RÁPIDO (<6meses)

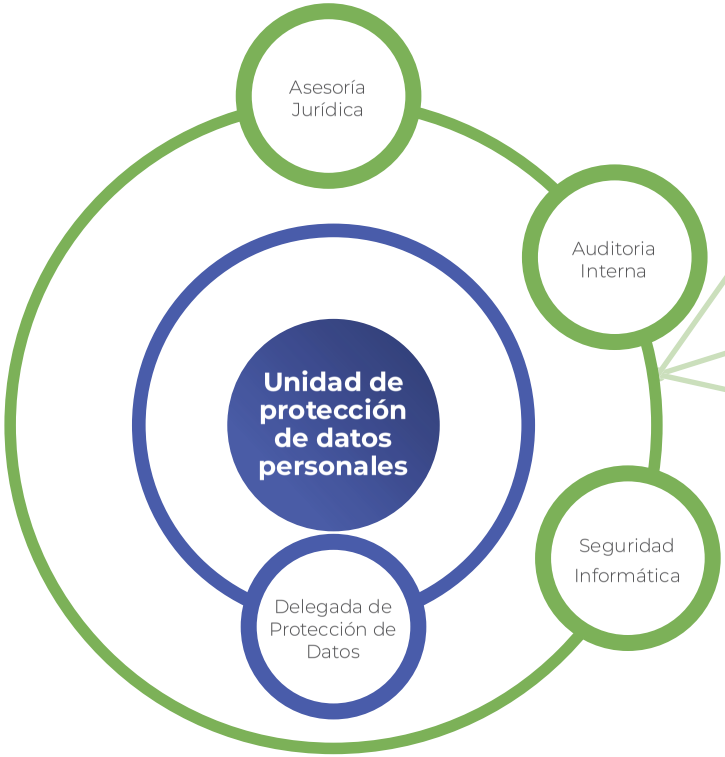
El riesgo asociado a los posibles impactos derivados del cambio climático, tanto físico como de transición, existe y ha sido integrado en el Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Mediaset, si bien, dada la actividad desarrollada, no presenta un impacto estratégico o financiero significativo para el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

PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

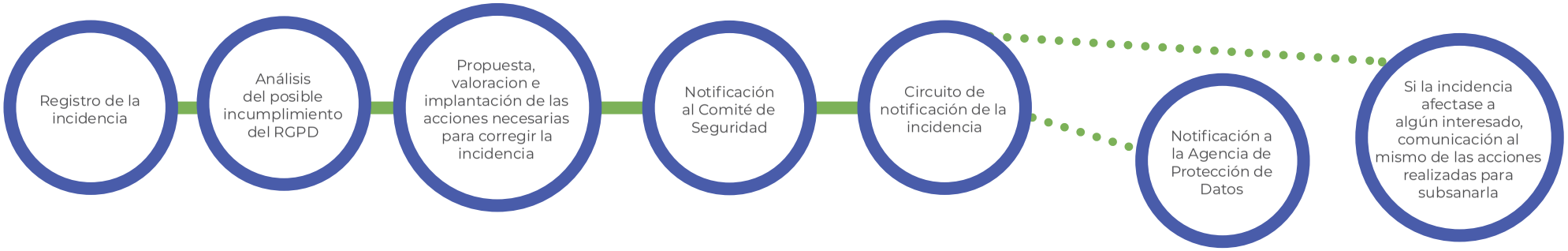
La adecuada gestión de datos de carácter personal es fundamental en el negocio y por ello, el Grupo Mediaset ha implantado un Modelo de Protección de Datos Personales, junto con procesos y medidas específicas para garantizar una gestión óptima y responsable de la privacidad de los datos y cumplir con la normativa aplicable.

El **Marco General para la Gestión de la Privacidad de los Datos Personales** recoge las funciones asignadas a cada una de las áreas involucradas en la gestión de la privacidad, siendo la Unidad de Protección de Datos Personales la encargada de centralizar la gestión de la privacidad de los datos de todas las empresas del Grupo, reportando directamente a la alta dirección del Grupo Mediaset.

Por su parte, la **Política de Datos Personales** establece las directrices para una gestión óptima y responsable de la privacidad y la protección de datos, el **Código Ético** establece las premisas que deben regir las relaciones profesionales en esta materia y los **procedimientos o protocolos** determinan la forma en que deben gestionarse las distintas situaciones.

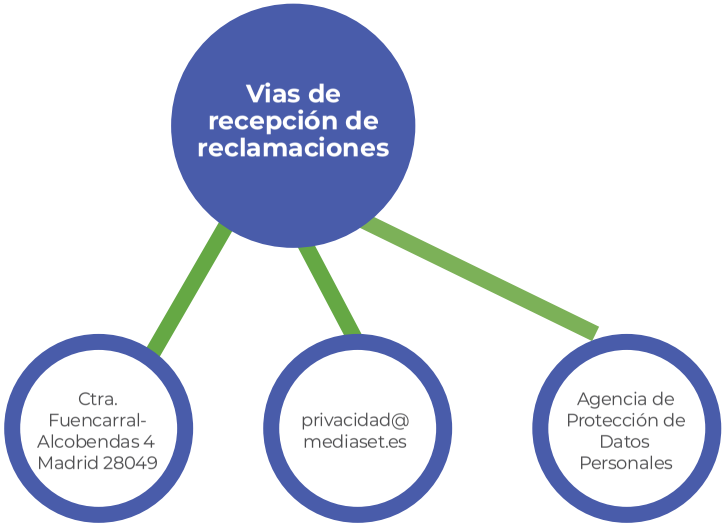


Procedimiento de Gestión de Incidencias



Durante 2019 se ha llevado a cabo una revisión del Marco General para la Gestión de la Privacidad de los Datos Personales implantado en el Grupo Mediaset y, en consecuencia, se pusieron en marcha planes de mejora. A su vez, se han establecido dos protocolos para garantizar el cumplimiento de la normativa en materia de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales: el Protocolo de Monitorización y la Política de Desconexión Digital.

En 2019 se han recibido y gestionado 1.070 peticiones de ejercicios de derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación, oposición, portabilidad, supresión y limitación), relacionadas con la baja del registro de usuarios registrados en los canales digitales del Grupo Mediaset y con la eliminación de imágenes publicadas en las paginas web's del Grupo. Así mismo, no se ha recibido ninguna reclamación fundamentada en la filtración, robo o perdida de datos personales.



Protección de datos personales- sesiones formativas

221 participantes

1.361 horas impartidas

CIBERSEGURIDAD

El incremento en el volumen de información que maneja la compañía, así como el uso de las tecnologías tanto para la gestión de la información, como para el propio desarrollo del negocio que avanza 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 el Grupo Mediaset.

La División de Tecnologías, desde su área de Seguridad Informática, coordina, opera y mantiene actualizados los procesos de seguridad de la gestión y operaciones de los diferentes ámbitos del negocio del Grupo..

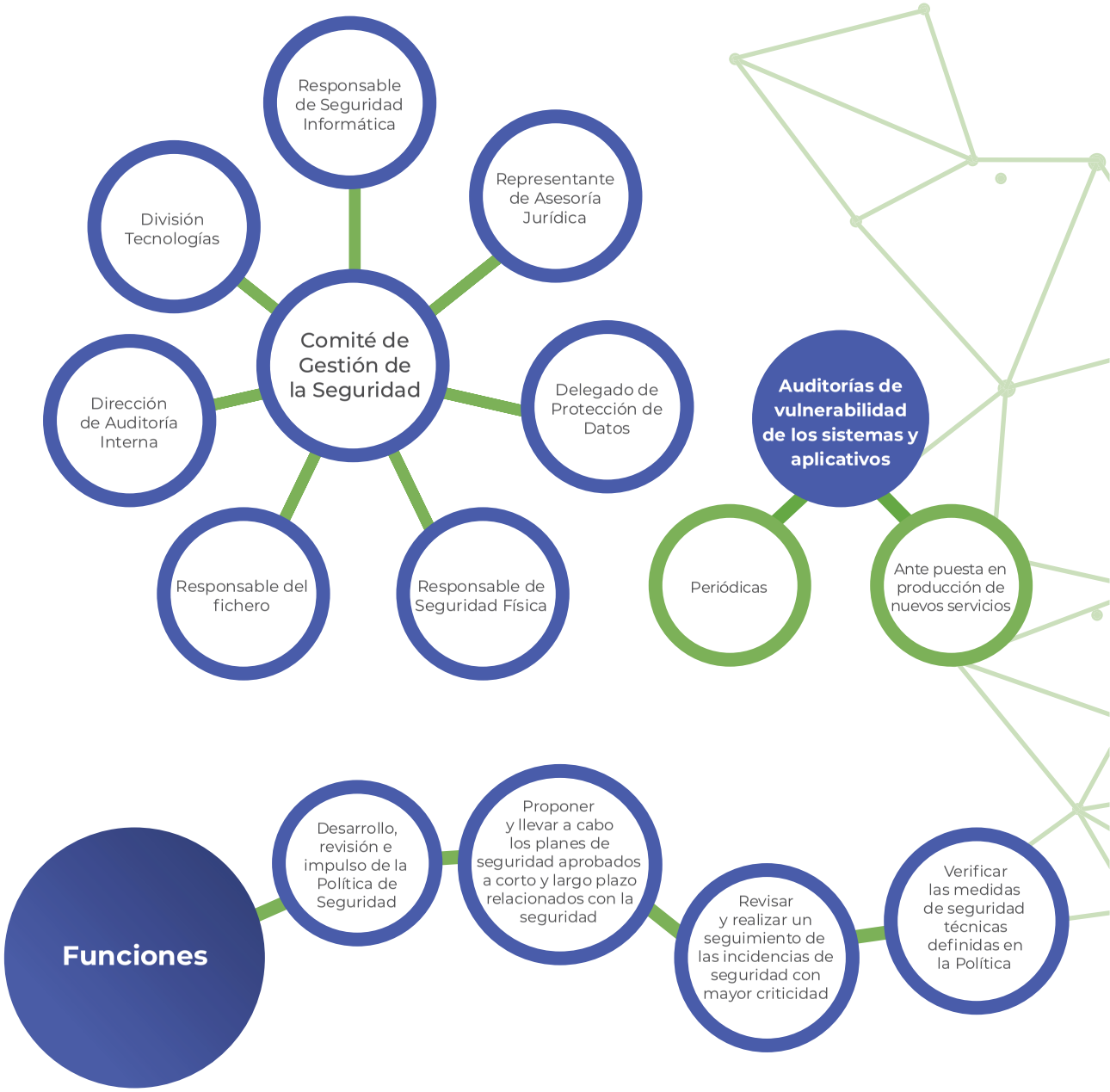
La **Política de Seguridad** establece el marco de actuación para la gestión de la información y es de aplicación a los empleados y directivos de Mediaset España. Ésta se complementa con protocolos y manuales técnicos que conciernen al personal técnico y administradores de sistemas.

Por su parte, el **Plan de Seguridad** desarrollado por la División de Tecnología, basado en la revisión periódica de riesgo y alineación con la norma 27002, constituye la base sobre la que se establecen las líneas de actuación.

Al margen de la constante monitorización, la División realiza auditorías de seguridad específicas de los distintos entornos, redes y sistemas Corporativos, tanto los destinados a usuarios finales como los de uso interno, expuestos o no a Internet.

Por su parte, el Plan de Continuidad del Negocio establece la alta disponibilidad y redundancia para los servicios y sistemas de información considerados críticos.

Por otra parte, la División de Tecnología y el Responsable de Seguridad como partícipe del Comité de Privacidad de Mediaset, colabora activamente en la redacción y revisión de las Políticas y Procedimientos internos de Privacidad, así como en los análisis de impacto en privacidad y en el registro, seguimiento y cierre de incidentes.



La ciberseguridad es un factor cada vez más relevante para obtener y mantener la confianza de los usuarios y clientes.

Durante el año 2019, Mediaset España ha participado en simulacros en torno a la **gestión de situaciones de crisis de componente cibernético,** obteniendo resultados notables.

- "Gestión de Crisis Cibernéticas" (*Cyber Crisis Management*)- promovido y organizado por el Departamento de Seguridad Nacional (DSN) y la Asociación Española para el Fomento de la Seguridad de la Información (ISMS Forum Spain).
- "CiberMS 2019"- dirigido y organizado por la Asociación Española para el Fomento de la Seguridad de la Información (ISMS Forum Spain).

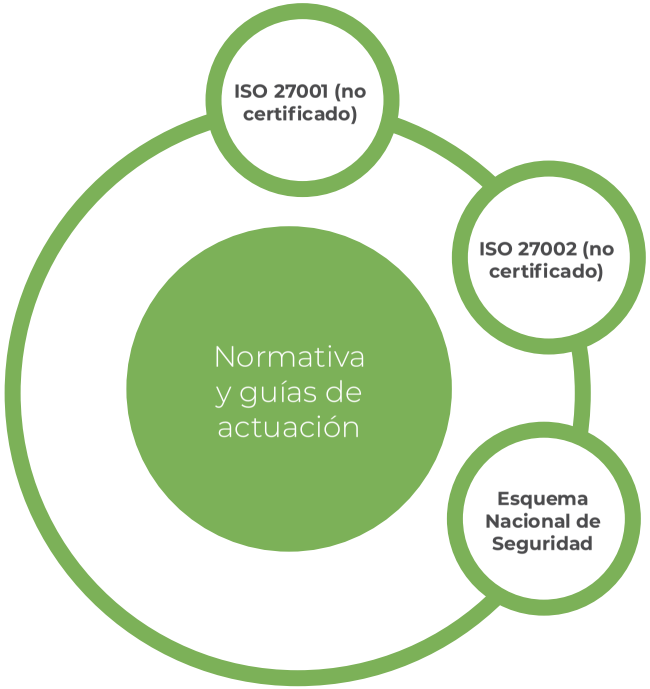
También se ha firmado un acuerdo de colaboración con el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE), impulsado por el Responsable de Seguridad Informática de Mediaset España, por el cual INCIBE podrá prestar una serie de servicios enfocados al impulso y fomento de la ciberseguridad en la compañía y, de forma específica, aquellos dirigidos a la detección, prevención, protección, respuesta, mitigación, recuperación, concienciación, formación y capacitación, entrenamiento, mediciones de ciberseguridad y cualquier otra actividad de soporte y ayuda a la compañía en este ámbito.

OBJETIVOS DE LOS SIMULACROS SOBRE LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

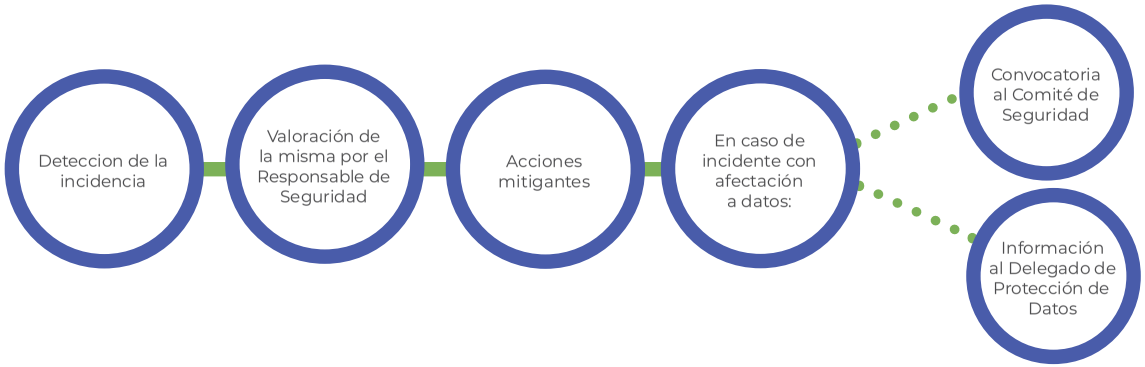
- Evaluar las capacidades de detección, análisis, contención, eliminación y recuperación en diferentes vectores de ataque.
- Profundizar en la concienciación de los riesgos existentes a todos los niveles.
- Mejorar la comunicación interna de las entidades frente a un ciberataque.
- Evaluar y mejorar el nivel de resiliencia en las situaciones de ataque a los activos de información.
- Fomentar buenas prácticas en la gestión de crisis.

Por otra parte, en 2019 se ha llevado a cabo una nueva sesión de sensibilización a la plantilla en materia de ciberseguridad, abordando los proyectos e iniciativas llevadas a cabo por el Grupo en esta materia, así como elementos prácticos para la gestión segura de la información en entornos informáticos, tanto a nivel laboral como personal.

Mediaset España, por medio de su Responsable de Seguridad, ha participado en las XXIII Jornadas STIC del Centro Criptológico Nacional (CCN) en el módulo de Observatorio Digital y participa en el grupo de trabajo de ISMS Forum Spain para la elaboración de una Guía para la Gestión de la Continuidad de Negocio ante incidentes de alcance TI en proveedores.



Procedimiento de Gestión de Incidencias de seguridad informática



Responsable de seguridad informática

Director de seguridad informática homologado por el Ministerio del Interior

Certified Data Privacy Professional (ISMS Forum Spain)

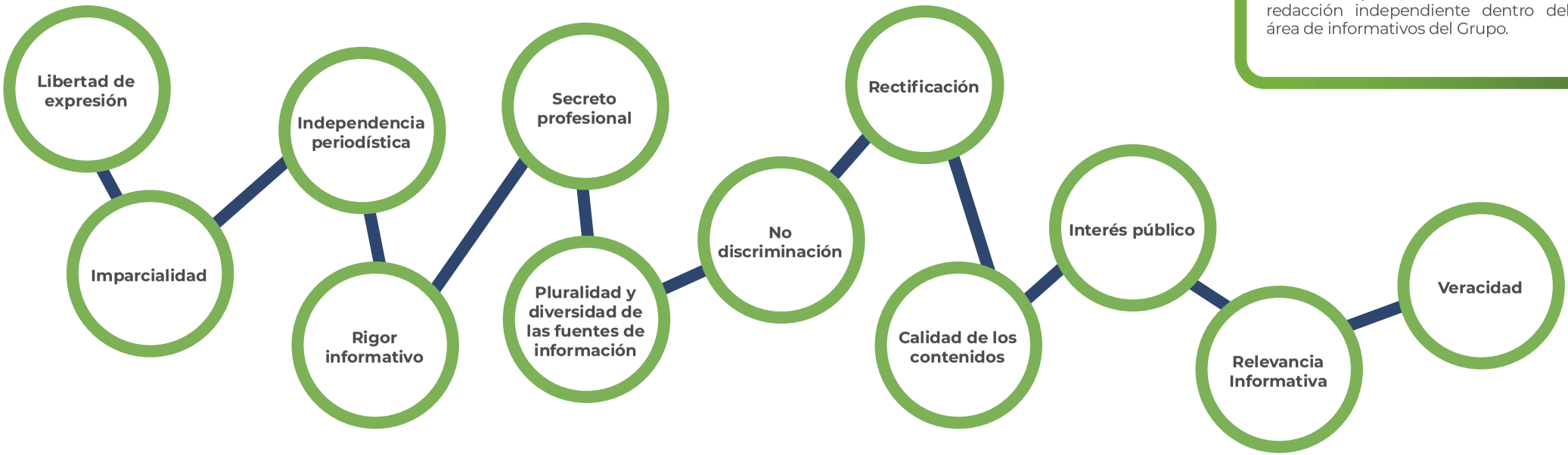
GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS

El liderazgo audiovisual en el mercado español que ostenta Mediaset España, conlleva la responsabilidad de realizar una gestión responsable de los contenidos que emite, para garantizar la sostenibilidad del negocio. En este sentido, tanto la actividad periodística como la de entretenimiento se llevan a cabo en el marco de un modelo de gestión que parte del cumplimiento de la **Ley General de Comunicación Audiovisual, del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia** (en adelante, Código de Autorregulación) y del **Código Ético** de la compañía y se complementan con los estándares editoriales y otras guías de actuación del sector, estableciendo así las bases que han de guiar los procesos internos de creación y difusión de contenidos.

GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS 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 sus propias conclusiones. No expresan opiniones, sino que llevan a cabo la actividad periodística aplicando los principios de **veracidad, objetividad 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.** Por su parte, en los programas de debate se incorporan representantes de diversas tendencias y posturas, para que los espectadores tengan la posibilidad de confrontar opiniones plurales.

Aspectos editoriales fundamentales



¿CÓMO ES LA GESTIÓN?

- **Reuniones de redacción diarias** para repasar los contenidos a emitir y los emitidos, analizando aquellos que no se hubiesen ajustado al planteamiento editorial previamente definido.
- **Citación de las fuentes** cuando son públicas y consienten en ser citadas; confidencialidad de las fuentes cuando así lo solicitan.
- **Contacto permanente** entre periodistas y responsables de áreas para actualizar la información
- **Comité editorial,** con los máximos responsables de la compañía para repasar los hitos informativos.

En el caso de NIUS, el diario digital de Mediaset España, éste cuenta con una redacción independiente dentro del área de informativos del Grupo.

RIGOR INFORMATIVO E INDEPENDENCIA

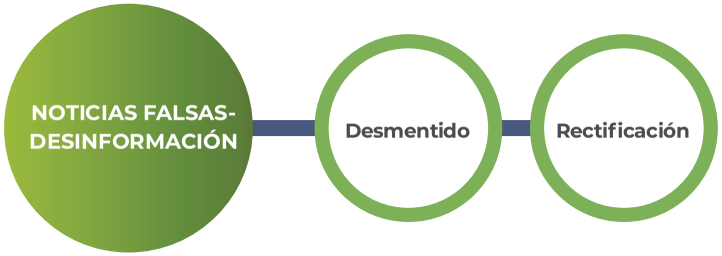
La inmediatez de la información y la creciente preocupación ciudadana sobre su veracidad, dado el gran volumen de noticias falsas (***fake news***) que inundan los medios digitales, hacen de la imparcialidad y la credibilidad en la prestación del servicio informativo características fundamentales de estos tiempos, y de la **independencia de los poderes políticos y de los intereses empresariales** la gran baza para garantizar la licencia social para operar.

Para cumplir con estos valores y bajo la necesidad de contrastar e informar en el mínimo período de tiempo que ciñe el minuto a minuto de la actividad, la redacción de informativos de Mediaest España realiza una escrupulosa comprobación de la fuente y su contraste con segundas fuentes. A su vez, aplica mecanismos internos de gestión para preservar la generación de contenidos de cualquier interferencia gubernamental, accionarial, técnica o de otra índole, garantizando la independencia editorial reconocida y valorada por su audiencia.

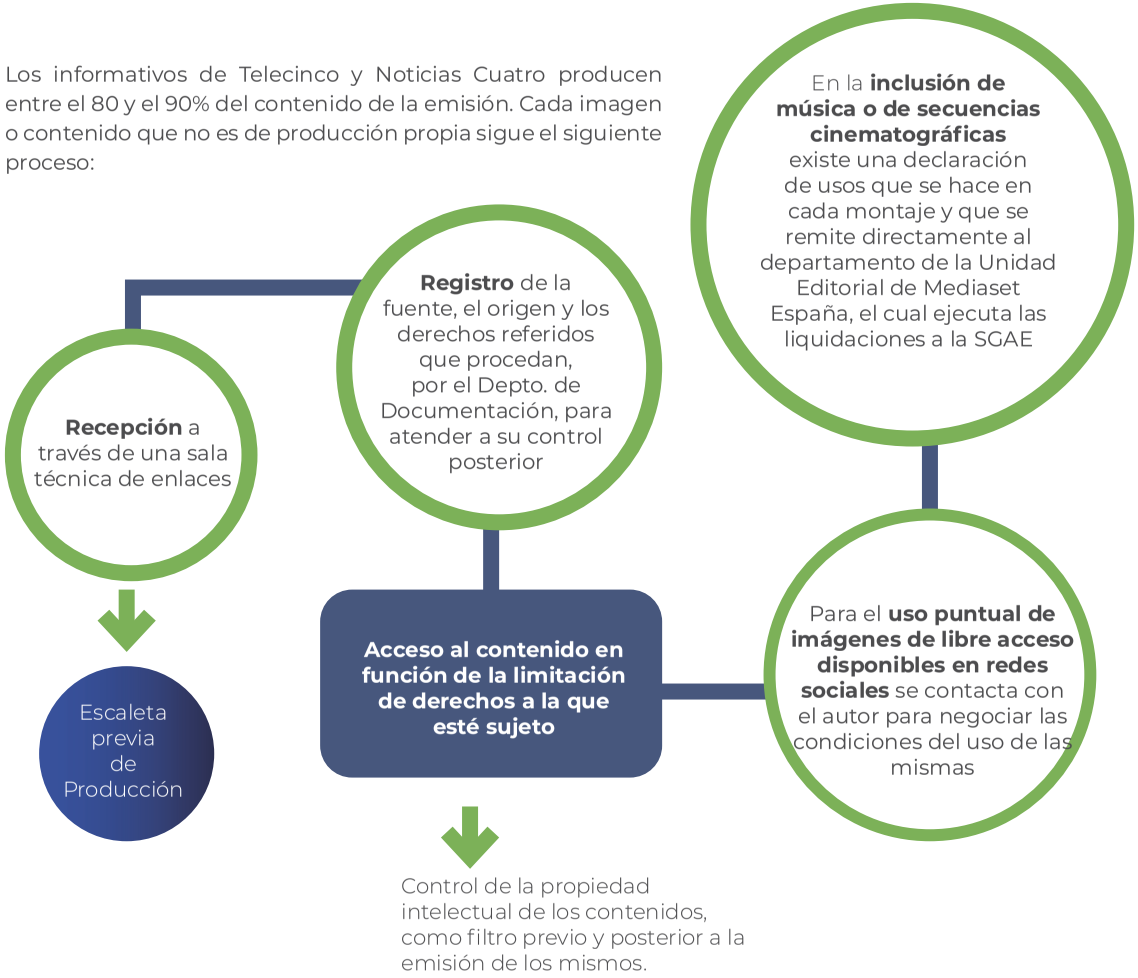
PRIVACIDAD DE LA FUENTE

El derecho a la información y la libertad de expresión prevalece siempre que la noticia es de interés público y general. No obstante, los informativos del Grupo garantizan la privacidad de aquellas personas que desean aportar un testimonio de forma anónima, si bien cuando se trata de un delito probado, prevalece siempre el derecho a la información.

A su vez, 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. Por otra parte, nunca se desvela la identidad de las personas que han sufrido un suceso y que pueden verse perjudicadas por su difusión, tales como maltrato, acoso, etc.



Los informativos de Telecinco y Noticias Cuatro producen entre el 80 y el 90% del contenido de la emisión. Cada imagen o contenido que no es de producción propia sigue el siguiente proceso:



GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO DE TELEVISIÓN

Las nuevas formas de consumo audiovisual otorgan al **entretenimiento** un lugar **estratégico en la programación** de la televisión generalista y a su formato en directo, la opción más valorada por la audiencia española. Desde sus inicios, Mediaset España se ha propuesto 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. Para ello, su modelo de gestión responsable de contenidos establece el marco de actuación para los procesos de creación y difusión.

DIVISIÓN DE ANTENA

- **Analiza los contenidos a emitir para ubicarlos en las parrillas de los canales del Grupo**
- **Desarrolla estrategias de programación para optimizar el rendimiento del programa**

INNOVACIÓN

Elemento esencial para mantener el liderazgo que ostenta Mediaset España en el mercado español

Área de Nuevos Proyectos
Trabaja con las productoras y distribuidoras para captar las nuevas tendencias

Conscientes del reto que supone en estos tiempos hacer compañía a los espectadores y tras la creación del concepto de "televisión circular", que une de manera única los contenidos a través de programas de diferentes géneros, Mediaset España ofrece la innovadora propuesta de "televisión transversal", conectando la programación de Telecinco y Cuatro a través de un programa y sumando el mayor desarrollo digital e interactivo de un formato del Grupo.

¿CÓMO ES LA GESTIÓN?

- **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.
- **Supervisión de la 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.

MEDIDAS PARA MITIGAR POSIBLES CONFLICTOS DE INTERÉS EN LA CREACIÓN Y DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS

- Código Ético
- Políticas establecidas
- Reuniones y comités de trabajo
- Medidas para la recopilación y análisis de datos
- Análisis de posibles conflictos (productora contratada, formato, contenido, potenciales socios y clientes)
- Solidez de los canales de información

CATEGORIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES

Aplicación del Sistema de calificación por edades de productos audiovisuales del Código de Autorregulación.

Calificación de todos los contenidos televisivos, excepto los programas informativos y las retransmisiones de acontecimientos, salvo aquellas que por su contenido requieran una calificación específica.

Análisis de la presencia de una o varias de las categorías de contenidos potencialmente perjudiciales.

La presencia, verbal o visual, intensidad, realismo o frecuencia de esos contenidos en el programa determinará la **edad por debajo de la cual no se recomienda su visionado.**

En función de la **calificación** se determina la **franja horaria** en la que podrá emitirse cada programa.

PELÍCULAS CINEMATOGRÁFICAS PRODUCIDAS POR TELECINCO CINEMA

- La compañía distribuidora se encarga de contratar un servicio de lucha contra la piratería, desde el momento en el que se va a estrenar en cines hasta que se lanza el DVD/Blu-Ray.

MÚSICAS CREADAS PARA UN PROGRAMA DE MEDIASET ESPAÑA

- Pasan a formar parte del catálogo de Grupo Editorial Tele5.
- Se firma un contrato editorial con cada uno de los autores de dichos temas
- Se registran en la SGAE, junto con la partitura.

Mediaset España declara el uso que hace de todo el repertorio musical, audiovisual y dramático a la SGAE, quien posteriormente reparte los derechos generados según corresponda.

Análisis diario de la programación y de las audiencias, para establecer las pautas necesarias de programación y tomar decisiones rápidas que permitan corregir o afianzar las apuestas de programación estratégicas, con el objetivo de adecuar la oferta televisiva a las preferencias de la audiencia y alcanzar los resultados deseados.

A su vez, se encarga a empresas externas la realización de estudios de mercado sobre los contenidos televisivos.

Las líneas editoriales de las **campañas de autopromoción** de los productos de Mediaset España se gestionan bajo la dirección y supervisión de la directora de Antena, junto con la Subdirección del Departamento de Autopromociones y con la colaboración de los Directores de Programación y de Marketing.

Desde el pasado año, se han formado equipos de trabajo de las áreas de División de Antena y del Departamento de Autopromociones para abordar las campañas conjuntamente desde su inicio, desarrollando estrategias de promoción de los productos integradas en los programas de las cadenas y web del Grupo. Se ha establecido una colaboración muy estrecha con los Departamentos de Producción Propia y de Ficción, así como con las productoras de los programas, con el objetivo de atraer al máximo número de espectadores.

LÍNEAS EDITORIALES

TIPO DE PÚBLICO AL QUE DEBEN DIRIGIRSE LAS CAMPAÑAS

El equipo creativo de la Subdirección de Autopromociones crea los diferentes elementos de la promoción, manteniendo una constante comunicación con la Dirección de la División de Antena

Satisfacción de la audiencia

CONSULTA DIARIA A HOGARES (A TRAVÉS DE AUDÍMETROS)

11.800 INDIVIDUOS

4.875 HOGARES

Fuente: Kantar media

ESTUDIOS CUALITATIVOS - FOCUS GROUP 5

1.189 INDIVIDUOS

ESTUDIOS NEUROMÁRKETING 10

Fuente: Estudios propios

Mediaset España tiene definido e implantado un sistema de control para evaluar y monitorizar los contenidos generados, a efectos de alinear la creación de contenidos con los valores de la compañía, su Código Ético y el Código de Autorregulación de Contenidos.

SISTEMAS DE CONTROL

PROGRAMACIÓN EN DIRECTO

EVALUACIÓN Y MONITORIZACIÓN por parte de la compañía 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

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

PROGRAMACIÓN EN DIFERIDO

Definición de las **directrices sobre los contenidos** de los programas y su traslado a las productoras

Una vez que los programas son generados y remitidos por las productoras, Mediaset España realiza su **visionado** para evaluar, entre otros aspectos, la adecuación a sus directrices, al Código Ético, al respeto de los derechos humanos, de los derechos de los menores, así como del derecho a la intimidad de las personas

Una vez realizado este control, se trasladan las **observaciones** a las productoras para que éstas adapten los contenidos a las mismas y, posteriormente, vuelvan a remitir los programas a Mediaset España para un nuevo análisis y control

Pasado el control editorial de la producción ejecutiva, los programas son entregados en videoteca

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

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 editorial

COMITÉ DE AUTORREGULACIÓN

- **Reunión cuatrimestral.**
- **Acuden:** responsables de la División de Antena, División de Producción de Contenidos y del Área de Relaciones Institucionales.
- **Objetivo:** analizar las quejas y reclamaciones recibidas.
- **Acción:**

a) Revisión y contestación de las reclamaciones recibidas;
b) Defensa por parte de la compañía ante las quejas/ reclamaciones que considera infundadas o, en su caso, aceptación de la reclamación en el caso de que se estime procedente;
c) Traslado (por parte del Área de RRII) de los resultados de las reuniones a la División de Antena y la División de Producción de contenidos, a efectos de corregir y mejorar en el futuro los contenidos susceptibles de mejor adecuación.

COMISIÓN MIXTA DE SEGUIMIENTO

- Analiza la aplicación del Código de Autorregulación y evalúa su cumplimiento por parte de cada operador de televisión.

GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS DIGITALES

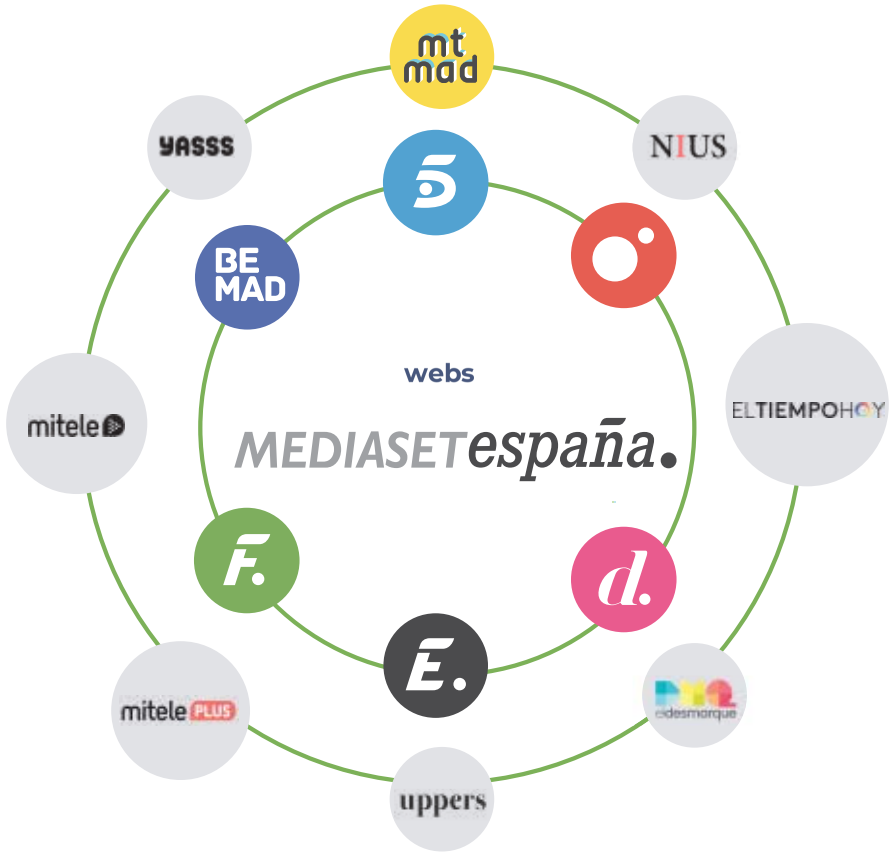
Mediaset España ofrece sus contenidos en el mayor número de ventanas y dispositivos posibles para que el usuario pueda disfrutarlos cuándo y dónde quiera.

Las plataformas digitales de Mediaset España difunden contenidos creados en exclusiva y reproducen los contenidos que se emiten en las cadenas de televisión del Grupo.

Los contenidos que proceden de las cadenas de televisión están sujetos a los mecanismos de gestión referentes a la creación de contenidos detallados anteriormente. En cuanto a los contenidos creados para las plataformas digitales, para éstos se utiliza la misma categorización de contenidos audiovisuales de calificación por edades que sigue Mediaset España para su programación, pero en lugar de aplicar diferentes franjas de emisión de contenidos, utiliza la "mosca" que marca la edad recomendada.

Los vídeos creados para las plataformas digitales del Grupo cuentan con la supervisión y edición por parte del equipo de Multiplataforma, previo a su publicación, a efectos de asegurar el cumplimento de ellos estándares de calidad y el respeto a los valores corporativos asumidos con relación a la creación de contenidos.

El universo multimedia de Mediaset España permite al usuario disfrutar de los contenidos cuándo y dónde quiera y ser partícipe de ellos.



¿CÓMO ES LA GESTIÓN?

- **Comité de Contenidos** para abordar cuestiones relativas a los contenidos del Grupo.
- **Comité Digital** para evaluar la evolución del entorno digital.
- **Filtros automatizados por palabras,** para evitar la incitación al odio a través de los comentarios volcados en redes sociales o plataformas digitales.

En el caso de NIUS, el diario digital de Mediaset España, éste se encuentra bajo la Dirección de Informativos, quien se encarga de gestionar los contenidos.

de cada canal, programa o serie

ATRACCIÓN DE USUARIOS HACIA LAS PLATAFORMAS DIGITALES DEL GRUPO

- Envío de contenidos a través de telegram.
- Suscripción y envío de newsletters.
- Publicación de contenidos en AMP stories.
- Refuerzo de la estrategia en redes sociales.
- Creación de bots para ofrecer al usuario contenido de su interés.
- Efecto llamada desde otras plataformas a las webs del grupo y a la emisión en TV.
- Promoción en TV de los contenidos digitales y viceversa.
- Estrategia de SEO para mejorar el posicionamiento de los contenidos de las webs del Grupo en buscadores.

MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN CON LOS USUARIOS DE MEDIASET ESPAÑA

- **Atención al cliente:** departamento creado para dar respuesta a los suscriptores de Mitele PLUS, con atención telefónica, por mail, chat o redes sociales.
- **Webs y Apps:** la audiencia toma decisiones importantes en los programas más vistos y puede generar contenidos interviniendo en los concursos o iniciativas que requieren de su participación (enviando respuestas o subiendo contenidos generados por ellos).
- **Redes sociales de cada programa y buzones de contacto:** los usuarios pueden reflejar sus opiniones, quejas, sugerencias o preguntas.
- **Encuestas, trivials o juegos interactivos** (mediante Playbuzz y Qualifio): el usuario interactúa con los contenidos de las cadenas.

Contenidos audiovisuales segmentados exclusivos para plataformas digitales

mtmad — Todos los contenidos concebidos para la plataforma.

GH VIP — Canal 24 horas de Gran Hermano Vip, Mitele PLUS, Mitele, app.

mitele — Próximos estrenos o eventos especiales vinculados a la programación.

mitele PLUS — Contenidos exclusivos para suscriptores.

NAVEGACIÓN EN ENTORNO SEGURO

CONFIANZA ONLINE

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

Nuevos canales digitales

- NIUS: Nuevo diario digital con toda la información de última hora y reportajes
- uppers: Web para mayores de 45 años donde la experiencia importa
- elDesmarque: Plataforma de actualidad deportiva de mayor seguimiento a nivel nacional

GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD

La publicidad, como principal fuente de ingresos para la producción, adquisición y distribución de los contenidos audiovisuales que Mediaset España pone a disposición de su audiencia, constituye un elemento fundamental para la sostenibilidad del negocio. Por tanto, su gestión se enmarca en el modelo de gestión responsable del negocio instaurado en el Grupo, desarrollando la actividad publicitaria del Grupo a través de Publiespaña.

El **Código de Conducta Publicitaria** de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (en adelante, AUTOCONTROL), a la que se encuentra adherida desde sus inicios en 1995, y los **Códigos de Conducta Sectoriales** para la autorregulación de la publicidad constituyen, junto con la legislación vigente, el marco de actuación para la gestión responsable de la publicidad en el Grupo. Por su parte, la aplicación de sólidos mecanismos de gestión y control interno garantizan su adecuada implantación.

Los Códigos de Conducta Sectoriales regulan ámbitos tales como la publicidad de alimentos dirigida a menores, publicidad infantil de juguetes, prevención de la obesidad y salud, argumentos ambientales en comunicaciones comerciales, promoción de medicamentos, comercio electrónico y publicidad interactiva, bebidas espirituosas, entre otros muchos asuntos. Como novedad, en 2019 se ha incorporado un nuevo marco para la publicidad de toallitas húmedas, con el foco en la protección del medio ambiente y se ha reformado el Código Ético del Sector de Tecnología Sanitaria, para adecuarlo a los nuevos estándares europeos.

¿CÓMO ES LA GESTIÓN?

- **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.
- **Comité de Dirección** coordina semanalmente todas las iniciativas y posibles sinergias entre el área comercial y el área editorial, entre otros asuntos.
- **Consulta a AUTOCONTROL** sobre la adecuación de las creatividades a la normativa y guías de actuación.
- Sometimiento voluntario de la publicidad al **control independiente** por AUTOCONTROL.

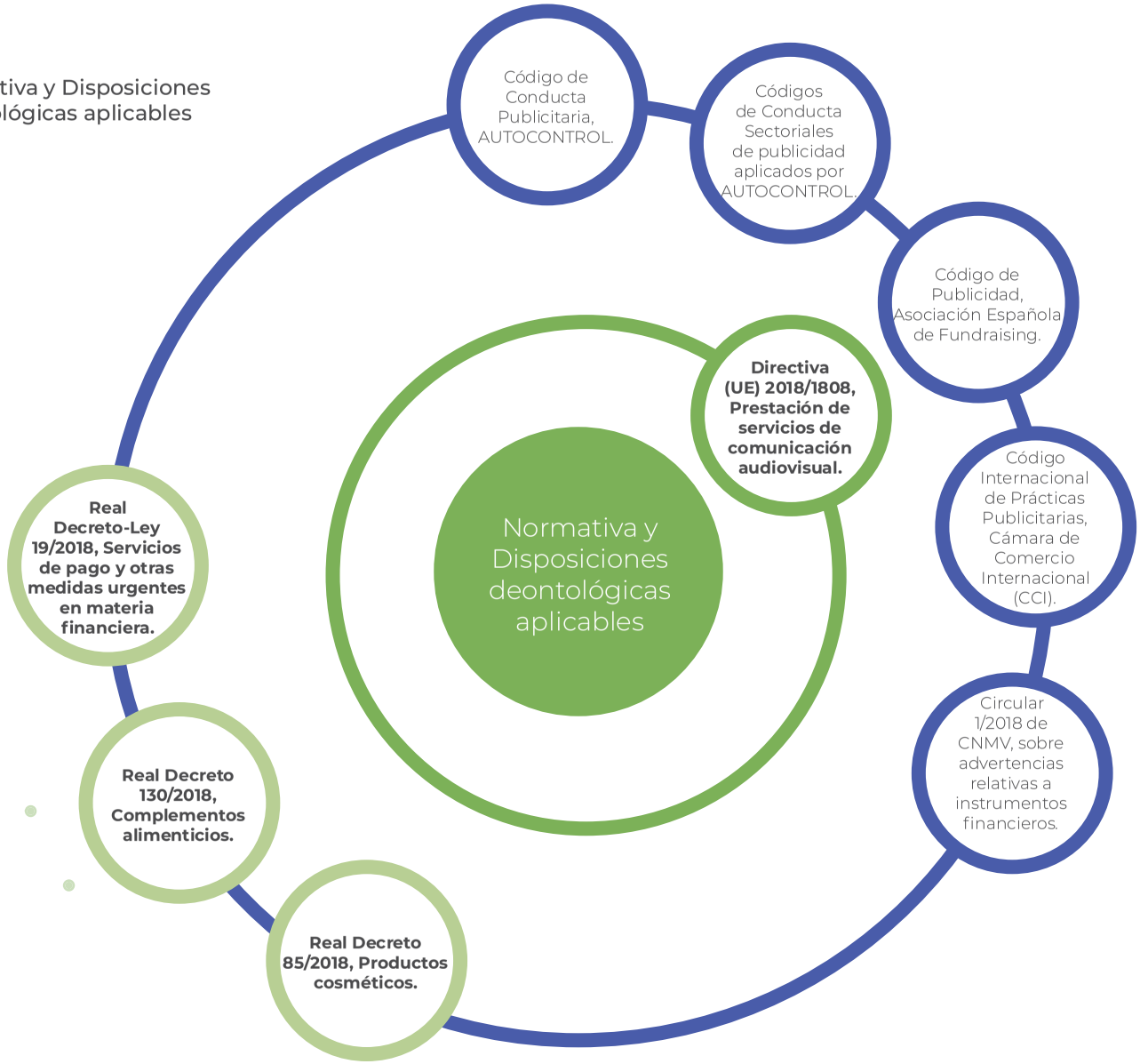
Para evitar contenidos que puedan ser considerados prácticas de publicidad engañosa, Mediaset España acude a AUTOCONTROL ante toda publicidad susceptible de ser calificada como tal, como por ejemplo la publicidad perteneciente al juego y apuestas, complementos alimenticios o juguetes, entre otros, para que analice y emita un informe al respecto.

Para evitar la publicidad encubierta, se establece una colaboración muy estrecha entre el departamento comercial que gestiona la publicidad y el departamento jurídico del Grupo, 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 su apuesta por la digitalización del negocio, Mediaset España ha potenciado sus productos publicitarios digitales, apostando por proyectos de analítica avanzada y tecnologías de Big Data para mejorar el conocimiento de sus usuarios, que permitan potenciar la creación de nuevos modelos de ingresos. Estos proyectos han contado, desde el principio, con la supervisión de los equipos legales y de protección de datos de la compañía, garantizando así el respeto por la privacidad de los usuarios. El conocimiento obtenido ha permitido la generar nuevos productos de publicidad personalizada que mejoran los resultados de las campañas publicitarias.

En 2019 se ha consolidado el modelo programático de publicidad, añadiendo nuevos tipos de venta y nuevos socios tecnológicos, alcanzando acuerdos de publicidad programática y audiencia garantizada, incrementando acciones de branded content e incorporando soluciones de venta programática a todos los productos del Grupo.

Normativa y Disposiciones deontológicas aplicables



Proceso de control externo de contenidos

CONSULTAS DEONTOLÓGICAS

Consulta planteada a la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL para resolver cualquier duda relacionada con la regulación o autorregulación de la publicidad o con la interpretación de esta.

CONSULTA PREVIA O COPY ADVICE

Consulta planteada previamente a la emisión de una pieza publicitaria solicitada por un cliente, donde la compañía solicita un informe a la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL sobre su corrección deontológica y legal.

El objetivo es identificar la existencia de cualquier elemento que pueda incumplir la normativa vigente o los Códigos de autorregulación de contenidos y de publicidad a los que está adherido el Grupo y poder realizar las modificaciones pertinentes.

El informe que emite AUTOCONTROL es sobre una pieza publicitaria concreta y su dictamen es aceptado por la compañía. Si se recomienda la no emisión de la publicidad, se suspende la campaña publicitaria.

JURADO DE LA PUBLICIDAD

Con carácter posterior a la emisión de la pieza publicitaria, cualquier consumidor con un interés legítimo puede reclamar contra una determinada publicidad emitida en España por la compañía, cuando estime que la misma es contraria al Código de Conducta Publicitaria, y dentro de los plazos establecidos para ello. La resolución que emita este Jurado es vinculante para la compañía. En este caso, el control de contenidos por parte de AUTOCONTROL resulta posterior a la emisión de las piezas publicitarias, ante el planteamiento de eventuales controversias o reclamaciones presentadas.

En 2019 Publiespaña ha solicitado 1.419 consultas consultas de piezas publicitarias al Gabinete Técnico de Autocontrol, con carácter previo a su emisión (Copy Advice), ya sea en fase de story o versiones finales de las creatividades, para reflejar lo que incluirá la realización final de la pieza antes de grabarla y valorar su adecuación a la normativa o códigos de autorregulación vigentes.

Por otra parte, Publiespaña ha realizado 68 consultas legales al Gabinete Técnico (consultas deontológicas), previo a la realización de los spot publicitarios.

Número de consultas

1.419

1.021	NO SE APRECIAN INCONVENIENTES AL CONTENIDO DEL ANUNCIO
352	SE RECOMIENDA INTRODUCIR MODIFICACIONES EN EL ANUNCIO
46	SE DESACONSEJA LA DIFUSIÓN DEL ANUNCIO

GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

El capital humano, como uno de los elementos clave para garantizar el desarrollo sostenible de su proyecto empresarial, es uno de los capitales fundamentales de Mediaset España. Por ello, su buena gestión es una premisa para la compañía y se enmarca en el modelo de gestión responsable del negocio.

Para garantizar que el Grupo cuenta con las personas que poseen las aptitudes necesarias para desempeñar con éxito las actividades del negocio, entienden y se comprometen con los valores de la compañía y actúan como se espera de ellas siguiendo las pautas de actuación explicitas e implícitas de la compañía, la Dirección de Recursos Humanos es responsable de gestionar la **atracción, motivación y retención del talento** en el Grupo.

A través de la estrategia de Employer Branding (EB), la Dirección de RRHH busca potenciar la marca Mediaset España como empleadora para la atracción de nuevo talento y mejora del sentimiento de orgullo y pertenencia de la plantilla actual.

La atracción del talento se ve reforzada por los acuerdos de colaboración con Universidades y Escuelas de Negocio que mantiene el Grupo año tras año.

En cuanto a la gestión de la motivación y retención del talento presente en la compañía, el Grupo cuenta con un robusto marco de gestión compuesto por los Convenios Colectivos, las distintas Medidas de conciliación y beneficios sociales, los Planes de Igualdad y los Planes de formación, que permiten mantener un clima laboral estable y positivo para la plantilla y el negocio.

EMPLOYER BRANDING

- Cuidada Política de Becarios y alumnos en prácticas
- Máster en Creación y Gestión de contenidos audiovisuales (IX edición)
- Participación en eventos externos de gran afluencia de jóvenes profesionales
- Participación en la Feria de empleo digital FEED (VI edición)
- Evento E = C+(a)2 (Éxito = conocimiento + actitud al cuadrado) para hijos de empleados
- Difusión del proyecto en Redes Sociales
- Portal de empleo propio- “Trabaja con nosotros” con vídeos testimoniales de trabajadores del Grupo
- Página corporativa en LinkedIn
- Dinámica de Employer Branding, junto a Randstad

MARCO DE GESTIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES

Las relaciones laborales del Grupo se enmarcan en el estricto cumplimiento de las normas legales y reglamentarias vigentes, la aplicación de los Convenios Colectivos y los convenios fundamentales de la OIT ratificados por España.

En las empresas del Grupo Mediaset se implementan los distintos convenios fundamentales de la OIT, ratificados por España, mediante el cumplimiento de las normas legislativas, convencionales y reglamentarias de aplicación.

Los **Convenios Colectivos** regulan los derechos y obligaciones de los trabajadores en cada empresa del Grupo y contribuyen a generar un clima laboral positivo tanto para la empresa, como para su plantilla. La Dirección de Recursos Humanos, en coordinación con los directores de las diferentes áreas de las empresas del Grupo, tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de la normativa que resulte de su aplicación a cada una de las empresas.

La negociación colectiva está ampliamente reconocida y garantizada en las empresas del Grupo Mediaset, quien reconoce 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 la compañía desde 1992.

En este marco, se ha establecido una Comisión de Pre-jubilación para analizar y aplicar medidas orientadas a articular un sistema de pre-jubilaciones de carácter voluntario.

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.

Por su parte, 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.

Convenios Colectivos Trabajadores fijos y Trabajadores temporales

Más información

La información sobre los plazos mínimos de preaviso puede encontrarla pinchando aquí

Nota: Los trabajadores contratados a través de una ETT están cubiertos por las disposiciones del convenio de ésta y por las que por ley le aplican del Convenio de la empresa usuaria.

Convenios fundamentales de la OIT (ratificados por España)

Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación. Mediaset España cuenta con un Comité de Empresa con presencia de delegados sindicales, elegido en los procesos de elecciones sindicales que se celebran por iniciativa de alguno de los sindicatos que lo componen, cada cuatro años

Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva. Mediaset España cuenta con convenio colectivo propio, resultado de la negociación colectiva con la representación legal de los trabajadores

Convenio sobre el trabajo forzoso. Mediaset España garantiza la no existencia de trabajo forzoso mediante la aplicación de los procedimientos y normativa interna, el Código Ético, aplicación de los convenios colectivos, así como por el estricto cumplimiento de la legislación vigente

Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso. Mediaset España introduce clausulas en los contratos con sus proveedores donde se apela al compromiso de éstos a rechazar cualquier tipo de trabajo forzoso

Convenio sobre la edad mínima. Mediaset España respeta la legalidad vigente, con prohibición del trabajo de menores, salvo en actividades artísticas. En las empresas del Grupo, y en aquellos casos en los que se cuente con la participación de menores en actividades artísticas, se tramita la correspondiente autorización de participación éstos en espectáculos públicos y se siguen estrictamente los criterios y procedimientos establecidos por la Consejería Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid. Asimismo se adoptan las medidas especiales necesarias para su protección en materia de salud y seguridad, así como los procesos formativos adecuados

Convenio sobre la prohibición de las peores formas de trabajo infantil y la acción inmediata para su eliminación. Mediaset España traslada a su cadena de proveedores, mediante la introducción de cláusulas en los contratos, el compromiso de no utilizar mano de obra infantil

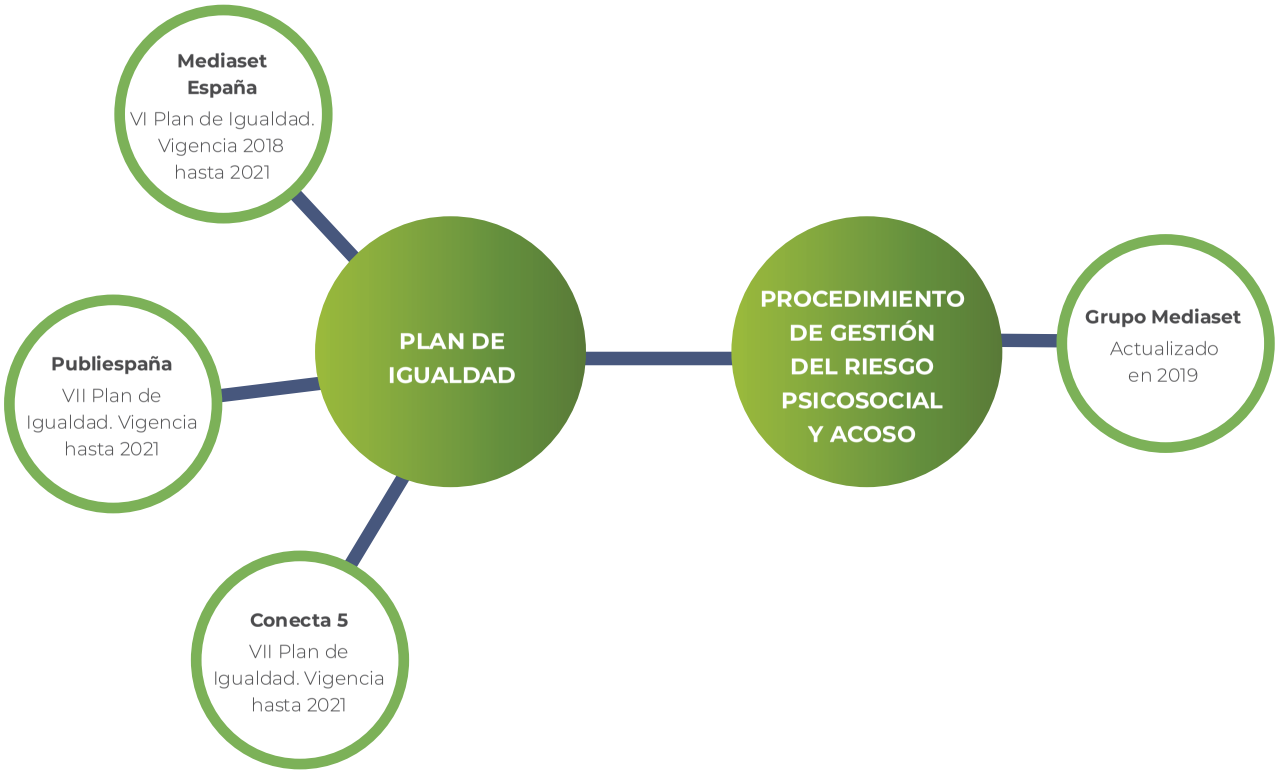
Convenio sobre igualdad. En las empresas del Grupo se cuenta con planes de igualdad que incluyen la realización de estudios que, a la fecha, no han mostrado situaciones que pudieran considerarse discriminatorias o constitutivas de una desigualdad en el ámbito laboral por razón de sexo

Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación). Mediaset España cuenta con procedimientos y órganos que velan por el correcto cumplimiento y aplicación de las normas. Entre otros, el Código Ético, el Canal de Denuncias, los Planes de Igualdad, la Comisión de Igualdad y el Agente de igualdad, el Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso, el Comité de Seguridad y Salud o el Servicio de Prevención Mancomunado (SPM)

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, NO DISCRIMINACIÓN Y TOLERANCIA CERO ANTE EL ACOSO LABORAL

Las distintas empresas que integran el Grupo Mediaset cuentan con medidas específicas para garantizar el compromiso asumido en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación.

Tanto los **Planes de Igualdad** como el **Procedimiento para la Gestión de Riesgos Psicosociales y las situaciones de Acoso en el entorno laboral** se difunden entre toda la plantilla a través de los canales internos de comunicación, principalmente a través de las circulares informativas, la intranet corporativa y el Portal del Empleado, donde existe un apartado específico de "Igualdad" en el que se encuentra publicado el contenido íntegro de dichos documentos.



¿CÓMO ES LA GESTIÓN?

- **Código Ético:** recoge la garantía y el respeto del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación de cualquier índole, especialmente en todo lo referente al acceso al empleo, las condiciones de trabajo, la formación, el desarrollo y la promoción de profesionales, así como la responsabilidad de establecer medidas que eliminen y prevengan situaciones de acoso en el entorno laboral.
- **Convenio Colectivo:** garantiza que aspectos como la contratación, asignación de puestos de trabajo, remuneración, régimen disciplinario o finalización de la relación contractual se basan en factores objetivos y, en ningún caso, se vinculan a condiciones personales de los trabajadores, tales como el género, la raza o la religión, entre otros.
- **Planes de Igualdad:** su principal objetivo es garantizar el respeto de la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los ámbitos laborales y prevenir cualquier situación discriminatoria. Los planes contienen medidas para la autoevaluación y el seguimiento que avalan que, tanto la Dirección de la empresa como la Comisión de Igualdad, velan por su correcta aplicación y cumplimiento, y analizan el grado de consecución de los objetivos establecidos.
- **Comisión de Igualdad:** constituida de forma paritaria por representantes de la empresa y representantes sociales, tiene la misión de velar por la correcta implantación y seguimiento de los Planes de Igualdad vigentes.
- **Agente de Igualdad:** desarrolla una función de soporte y orientación sobre las medidas establecidas en los Planes de Igualdad, así como labores de seguimiento e información del grado de su implantación.

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.

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.

CANALES A DISPOSICIÓN DE LOS TRABAJADORES PARA DENUNCIAR CASOS DE ACOSO:

- Servicio Médico
- Dirección de Relaciones Laborales
- Buzón Ético

FORMACIÓN Y DESARROLLO DEL TALENTO

La formación de la plantilla es un aspecto fundamental para lograr el máximo desarrollo de las capacidades y del talento requerido para mantener el liderazgo que caracteriza a la compañía.

Por ello, anualmente se define un Plan de formación, a partir de las directrices de la dirección de la compañía y de las demandas generadas por la evolución de los puestos de trabajo.

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), creada en 2013; y 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, que 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.

BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

Con el objetivo de facilitar la igualdad de género, mejorar en la calidad de vida de los trabajadores, e impulsar la salud y el bienestar de la plantilla y su entorno, Mediaset España asume voluntariamente el compromiso de ofrecer a su plantilla una batería de beneficios sociales y medidas de conciliación

Éstos se otorgan independientemente del tipo de jornada o contrato de trabajo, a excepción de determinados obsequios de empresa no recogidos en Convenio Colectivo, tales como la cesta o los juguetes de navidad, donde se exige a todos los trabajadores, fijos o temporales, el cumplimiento de determinadas condiciones para poder beneficiarse.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO

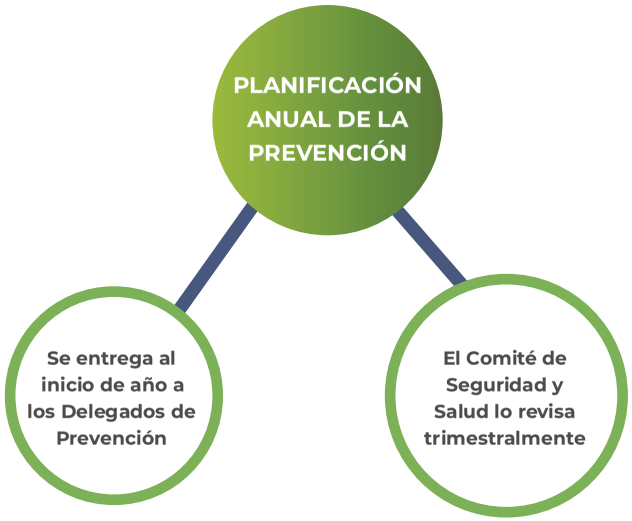
El Sistema de Evaluación de Desempeño permite analizar, de forma sistemática y pautada, las actividades y responsabilidades acometidas a lo largo del año y, a su vez, definir acciones futuras de cara al desarrollo de los equipos de trabajo. Se lleva a cabo a través de una herramienta específica ubicada en el Portal del empleado, aportando agilidad al proceso, fiabilidad en los datos históricos y transparencia en los resultados.

Publiespaña ha sido la sociedad pionera del Grupo en implantar este sistema y, luego de más de diez años, se puede afirmar que el mismo se encuentra en un nivel de madurez óptimo en concienciación y ejecución entre sus participantes. Sistema que luego se ha ido implantando en el resto de empresas del Grupo.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El **Plan de Prevención de Riesgos Laborales,** elaborado por el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo (en adelante, SPM) a partir de la información obtenida de las distintas evaluaciones de riesgos realizadas, constituye el marco de gestión de un entorno laboral seguro y saludable en Mediaset España. Con él se garantiza el cumplimiento por parte de la compañía, de las disposiciones contenidas en la legislación y de los requisitos establecidos en la norma de calidad para prevención de riesgos laborales ISO 45.001. El Plan es aprobado por el Comité de Seguridad y Salud y por la Dirección de Recursos Humanos y se entrega a los Delegados de Prevención.

De este Plan emana la Planificación Anual de la Prevención, que establece las actividades a desarrollar durante el año en curso para alcanzar los objetivos definidos en el Plan de Prevención, así como los Procedimientos de Prevención.



A través de las fichas de Información al Trabajador y de las Fichas Técnicas de Prevención, se informa a los empleados de los riesgos existentes en su puesto de trabajo, las medidas preventivas a adoptar, los EPIs que deben usarse, la formación necesaria de ese puesto, la vigilancia de la salud y su relación con la maternidad, así como de la necesidad de consultar otras fichas relacionadas, o los fundamentos de los ejercicios físicos recomendados para ese puesto.

El Servicio Médico complementa, mediante los diferentes reconocimientos médicos periódicos, la información obtenida de las Evaluaciones de Riesgos y permite a su vez, conocer la aptitud del trabajador para el desempeño de sus funciones y tareas. Presente en las instalaciones de Fuencarral como en las de Villaviciosa, el Servicio Médico está a disposición de cualquier persona que solicite asistencia en las instalaciones.

Por otro lado existe un **Comité de Seguridad y Salud** (en adelante, CSS) que es el órgano destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de Prevención de Riesgos Laborales. En él se encuentra representada la totalidad del personal de Mediaset España y también cuentan con tales comités Publiespaña y Megamedia. No obstante, la totalidad de la plantilla de las empresas del Grupo ve garantizada la adecuada protección de su seguridad y salud a través del SPM.

En el ámbito de la vigilancia de la salud se realizan reconocimientos médicos periódicos. Por un lado, se realiza un reconocimiento obligatorio, al menos cada 4 años, auditado periódicamente, tanto interna como externamente. Por otro, se realizan reconocimientos no obligatorios a petición de los trabajadores interesados. Ambos reconocimientos se complementan con analíticas realizadas por laboratorios externos, los que se encuentran sometidos al cumplimiento de estándares de calidad

La calidad de los Servicios de Salud Ocupacional se mide anualmente mediante auditorías de calidad. A su vez, los trabajadores cuentan con el acceso directo a los respectivos CSS, trimestralmente, o al buzón de sugerencias, cuya revisión se realiza mensualmente.

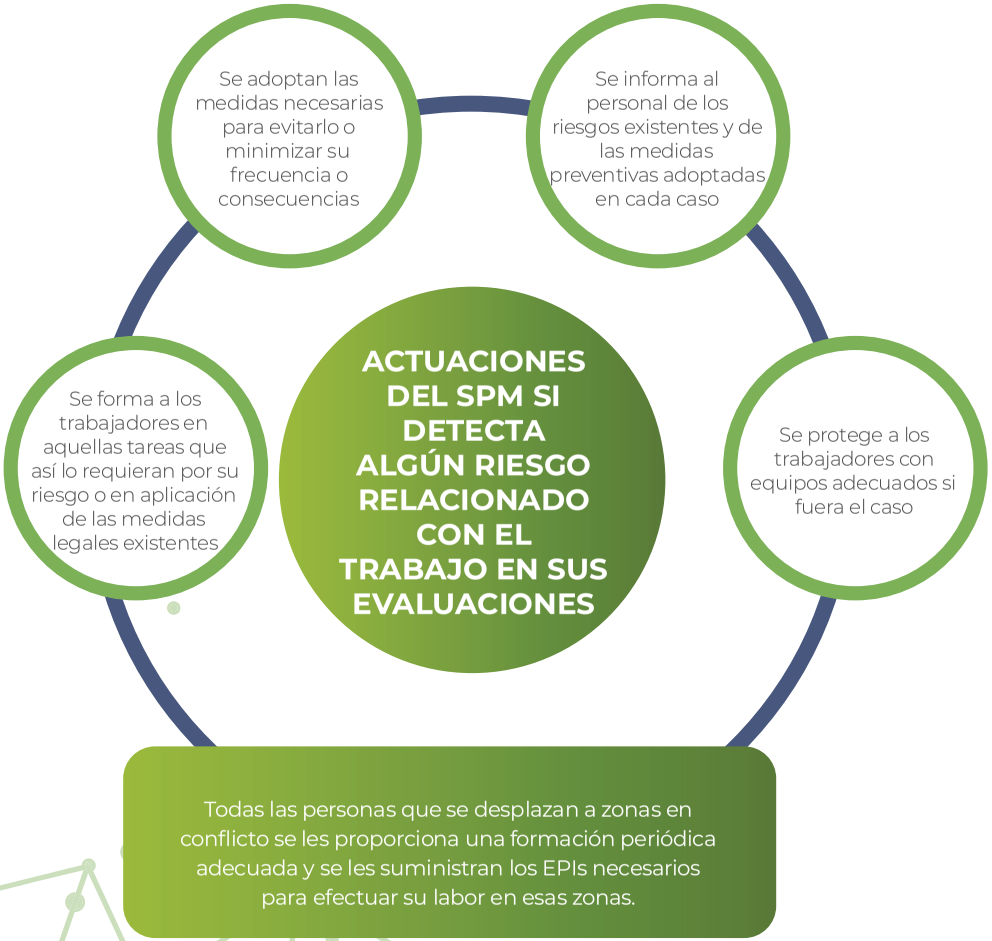
Anualmente se informa a la alta dirección de la compañía de todo lo relacionado con la prevención, mediante un informe específico. En paralelo, a través de una aplicación específica en la Intranet Corporativa, los directivos y la alta dirección cuentan con información trimestral de los resultados obtenidos en materia preventiva, información facilitada por el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo.

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

Fuera de España, independientemente del país de que se trate, los trabajadores tienen acceso a toda asistencia médica necesaria, repatriación y demás asistencia que necesiten a través de los servicios de la Mutua de Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales.

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)

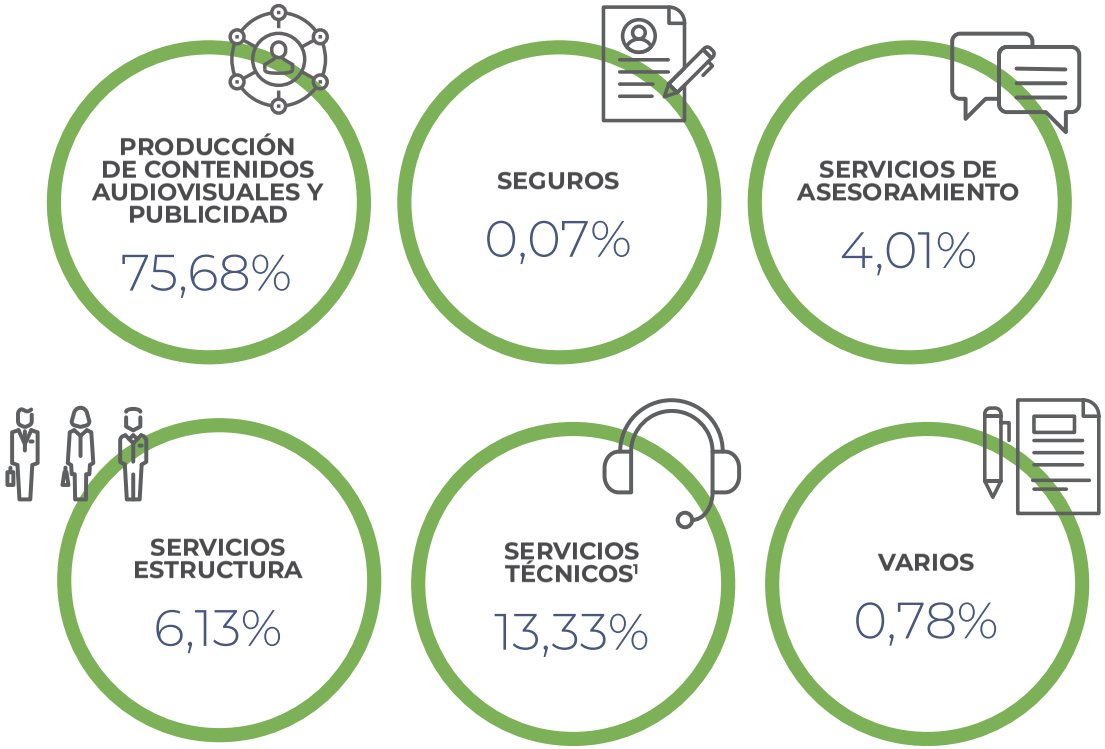


GESTIÓN DE LA CADENA DE PROVEEDORES

La gestión de la cadena de proveedores forma parte de la gestión responsable y sostenible del negocio de Mediaset España. Por ello, la compañía promueve prácticas responsables dentro de su ámbito de influencia, trasladando el compromiso con estándares ambientales, sociales y éticos a su cadena de suministro.

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.

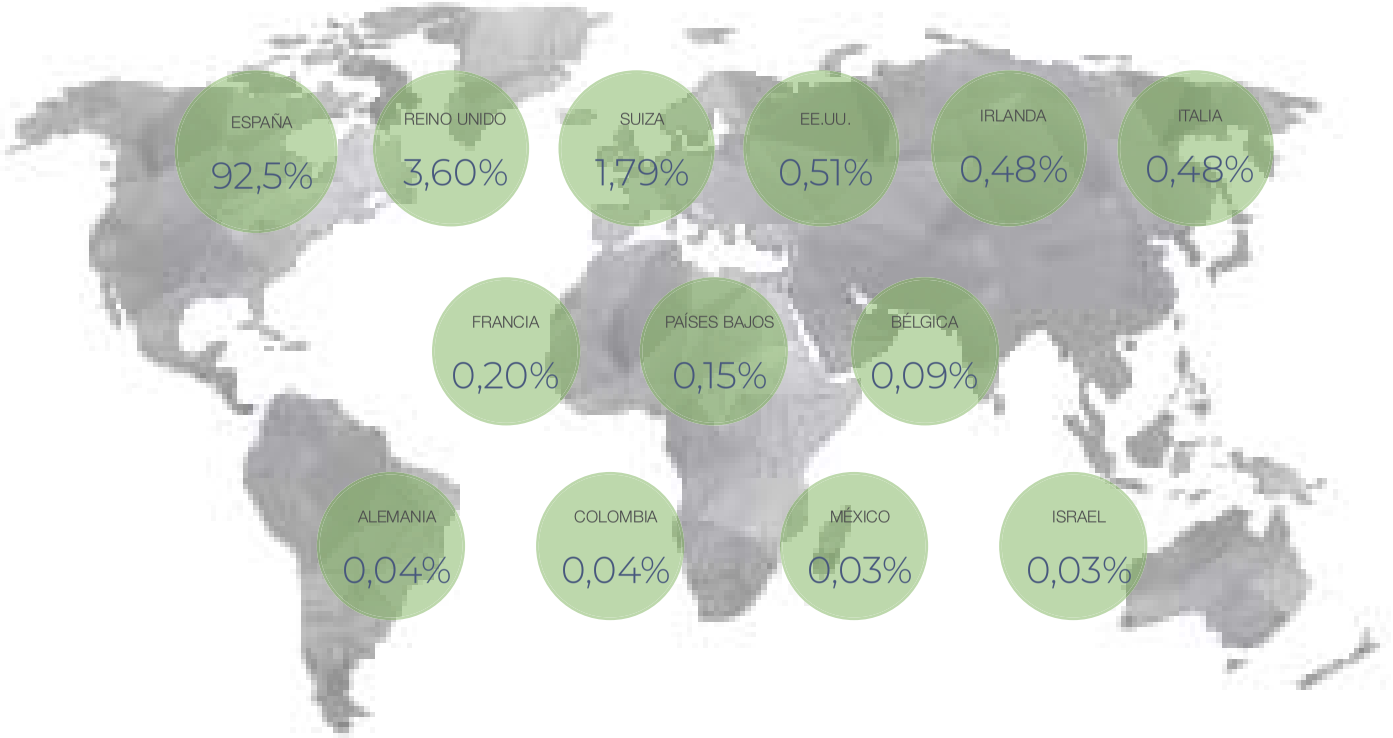
Entre otros, se apela al respeto a los derechos laborales y sindicales de sus trabajadores, a no utilizar mano de obra infantil, a rechazar cualquier clase de trabajo forzoso, prohibir cualquier tipo de discriminación, cumplir con la legislación en materia de prevención de riesgos laborales, velar por 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.



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

En 2019, el principal gasto se concentró en producción de contenidos audiovisuales y publicidad, ámbitos centrales del negocio. Asimismo, durante el ejercicio, la principal empresa del Grupo (Mediaset España) que supone más del 90% del gasto en aprovisionamientos y servicios exteriores, ha trabajado con más de 1.200 proveedores diferentes.

Distribución geográfica del gasto en proveedores



Inversión en Derechos Audiovisuales

EN ESPAÑA
49,12%

FUERA DE ESPAÑA
50,88%

Inversiones técnicas

EN ESPAÑA
93,35%

FUERA DE ESPAÑA
6,65%

GESTIÓN DE LAS PRODUCTORAS PARTICIPADAS

Las productoras participadas por el Grupo Mediaset son un eslabón fundamental de su cadena de proveedores y por tanto, la gestión responsable de su negocio constituye un asunto relevante para el Grupo.

En su gestión, las productoras participadas tienen en cuenta los siguientes ámbitos relevantes:

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.

INDEPENDENCIA EDITORIAL

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

PLURALIDAD Y DIVERSIDAD, NO DISCRIMINACIÓN

El perfil de los programas es muy diverso, pero en todos ellos se mantiene el respeto por la pluralidad y la diversidad de opiniones.

En los programas de actualidad, se valora la variedad de las fuentes consultadas y la fidelidad a la realidad de las noticias, en los de entretenimiento o magazines, la diversidad en el panel de invitados y en la ficción, se incluyen a través de la apuesta narrativa de los guiones.

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

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

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.

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.

megamedia

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

Ticket restaurante.
Seguro de vida.
Cursos de formación.
Retribución flexible (guardería y seguro médico).

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS Y RESIDUOS

Bajo el sistema de gestión de Mediaset España, ya que está emplazada en sus instalaciones en Madrid.

Las grabaciones se realizan en medios digitales reutilizables.

SuperSport

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

Ticket restaurante.
Seguro de vida.
Cursos de formación.
Retribución flexible (guardería y seguro médico).

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

Bajo el sistema de gestión de Mediaset España, ya que está emplazada en sus instalaciones en Madrid.

Las grabaciones se realizan en medios digitales reutilizables.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

Formación sobre sobre pantallas de visualización impartida a las nuevas incorporaciones.

Datos de plantilla

Plantilla media	114,42	81,25
Plantilla a cierre	117	84
Antigüedad media de la plantilla (años)	1,99	3.08
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	71%	65%
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019		
Número de trabajadores con discapacidad	0	1
Edad media de la plantilla (años)	33,86	33,76
Proporción de trabajadores a media jornada	2%	9%

La plantilla se encuentra cubierta por el Convenio de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid

Plantilla media	40,58	30,05
Plantilla a cierre	47	24
Antigüedad media de la plantilla (años)	3,76	4,56
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	59%	32%
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019		
Número de trabajadores con discapacidad	1	0
Edad media de la plantilla (años)	38,09	40,18
Proporción de trabajadores a media jornada	6%	4%

La plantilla se encuentra cubierta por el Convenio Colectivo de la Industria de la Producción Audiovisual.

Nota: Los datos de plantilla de Megamedia y Supersport se encuentran considerados dentro de la información de plantilla desarrollada en el capítulo VALOR PARA EL EQUIPO HUMANO

LA FABRICA de la tele

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

Sistema de control automatizado de luces y climatización en las oficinas.

Recogida selectiva y reciclaje de plásticos, papel y tóner.

Las grabaciones se realizan en medios digitales, que se reutilizan una vez digitalizados los contenidos.

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

Ticket restaurante.
Flexibilidad horaria.
Seguro médico.
Cursos de formación.

PROTECCIÓN DE DATOS

Formación a todo el personal de administración.
Charlas informativas a directores y productores.

Cuenta con un Delegado de Protección de Datos que vela por el cumplimiento de la normativa aplicable

Plantilla media	153	158
Plantilla	147	148
Antigüedad media de la plantilla (años)	5,44	5,55
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	38%	38%
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019	20%	20%
Número de trabajadores con discapacidad	5	2
Edad media de la plantilla (años)	34	32
Proporción de trabajadores a media jornada	4%	4%

Toda la plantilla se encuentra cubierta por el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

UNICORN CONTENT

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

- Sistema de control automatizado de la climatización en las oficinas.
- Recogida selectiva y reciclaje de plásticos y papel.
- Las grabaciones se realizan en medios digitales, que se reutilizan una vez digitalizados los contenidos.

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

- Ticket restaurante y tarjeta restaurante.
- Flexibilidad horaria.
- Cursos de formación.

Acuerdo de auditoría continua y formación con una consultora externa.

Cuenta con un Delegado de Protección de Datos que vela por el cumplimiento de la normativa aplicable

Plantilla media	119,46	151,18
Plantilla	129	174
Antigüedad media de la plantilla (años)	1,04	1,45
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	5,7	8,3
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019	1%	1%
Número de trabajadores con discapacidad	0	2
Edad media de la plantilla (años)		
Proporción de trabajadores a media jornada	0	0

Toda la plantilla se encuentra cubierta por el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

BULLDOG TV

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

- Ticket restaurante.
- Flexibilidad horaria.
- Cursos de formación y reciclaje.
- Permisos retribuidos más amplios que lo que marcan la ley.
- Ruta de autobús para empleados.

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

- Sistema de control automatizado de la climatización en las oficinas.
- Iluminación LED.
- Recogida selectiva de residuos de plásticos y papel.
- Reciclado de papel y cartón, toner y pilas.
- Las grabaciones se realizan en medios digitales, que se reutilizan una vez digitalizados los contenidos.

Cuenta con un Delegado de Protección de Datos que vela por el cumplimiento de la normativa aplicable.

Plantilla media	70,44	81,46
Plantilla	23	42
Antigüedad media de la plantilla (años)	2,55	2,21
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	35,38%	64,61%
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019	9	1
Número de trabajadores con discapacidad	1	0
Edad media de la plantilla (años)	42,20	40,32
Proporción de trabajadores a media jornada	0	1

Toda la plantilla se encuentra cubierta por el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

alea MEDIA

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

- Flexibilidad horaria
- Ticket Restaurante.
- Cursos de formación

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

- Iluminación LED y bombillas de bajo consumo
- Recogida selectiva de papel y tóner
- Las grabaciones se realizan en medios digitales

Plantilla media	53,5	40,4
Plantilla	83	65
Antigüedad media de la plantilla (años)	1,5	1,15
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	2,14	1,21
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019	3%	
Número de trabajadores con discapacidad		
Edad media de la plantilla (años)	38	34
Proporción de trabajadores a media jornada	0	0

Toda la plantilla se encuentra cubierta por el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

mandarina

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

- Sistema de control automatizado de la climatización en las oficinas
- Incorporación progresiva de iluminación LED
- Reciclado de tóner.
- Reciclado de papel.
- Entrega en punto limpio de componentes informáticos, telefonía y reproductores de vídeo.
- Las grabaciones se realizan en medios digitales, los que se reutilizan una vez digitalizados los contenidos.

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

- Ticket restaurante para todos los empleados y acuerdo con restaurantes sobre el precio bonificado del menú diario.
- Flexibilidad horaria.
- Flexibilidad horaria especial para empleadas embarazadas y adecuación de funciones y actividades a sus necesidades.
- Ruta de autobús para empleados.

El Código Ético rige la actividad periodística y establece la necesidad de que los presentadores, colaboradores, equipo de dirección y redactores cumplan los principios de veracidad, objetividad e independencia en la información que transmiten, así como los principios de libertad de expresión e información, del secreto profesional y de no discriminación en la generación de contenidos.

Plantilla media	38,78	28,66
Plantilla	33	21
Antigüedad media de la plantilla (años)	7,02	7,98
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	23%	15%
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019	1,92	0
Número de trabajadores con discapacidad	0	0
Edad media de la plantilla (años)	42,04	37,98
Proporción de trabajadores a media jornada	0,19%	0

Toda la plantilla se encuentra cubierta por Convenio Colectivo: el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos), o el Convenio Colectivo estatal regulado de las relaciones laborales entre los productores de obras audiovisuales y los actores que prestan servicios en las mismas.

ALMA PRODUCTORA AUDIOVISUAL

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

- Reciclaje de papel y cartón

Curso de prevención de riesgos laborales a todos los colectivos

Plantilla media	23,5	14
Plantilla	37	32
Antigüedad media de la plantilla (años)	1,5	1,5
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	59,45%	53,12%
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos en 2019	5,4%	3,125%
Número de trabajadores con discapacidad	0	0
Edad media de la plantilla (años)	-	-
Proporción de trabajadores a media jornada	0	0

Toda la plantilla se encuentra cubierta por el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

eldesmarque

GESTIÓN DE LOS RECURSOS ENERGÉTICOS Y RESIDUOS

- Reciclado de papel y cartón, toner y pilas.
- Recogida selectiva de residuos de plásticos y papel
- Las grabaciones se realizan en medios digitales, que se reutilizan una vez digitalizados los contenidos.

BENEFICIOS SOCIALES O MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

- Flexibilidad horaria
- Cursos de formación y reciclaje.

Plantilla media	31,83	5,34
Plantilla	43	5
Antigüedad media de la plantilla (años)	1,5	1,5
Proporción de trabajadores con contrato indefinido, en el total de plantilla	60%	100%
Porcentaje de contratos temporales convertidos en indefinidos	0	0
Número de trabajadores con discapacidad	0	0
Edad media de la plantilla (años)	28	31
Proporción de trabajadores a media jornada	16%	0%

La plantilla se encuentra cubierta por el Convenio Colectivo de Prensa Diaria.

Nota: Los datos de plantilla de El Desmarque se encuentran considerados dentro de la información de plantilla desarrollada en el capítulo VALOR PARA EL EQUIPO HUMANO

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La Dirección de Comunicación y Relaciones Externas, a través de la subdirección de Comunicación, es la encargada de ejercer la portavocía oficial del Grupo, informar de sus principales actividades y líneas de negocio ante los medios de comunicación, las redes sociales y el resto de agentes del sector, promocionar y difundir los valores y el liderazgo de la compañía, así como salvaguardar la reputación corporativa.

Por su parte, la subdirección de Imagen Corporativa vela por la identidad de la marca del Grupo, impulsa el desarrollo de imagen de sus nuevas líneas de negocio, diseña y planifica campañas externas de publicidad para promocionar contenidos e iniciativas institucionales, coordina eventos corporativos y se ocupa del desarrollo de las campañas de comunicación social de 12 Meses.

Mecanismos de Gestión de la Comunicación Corporativa

1. **Reuniones con el Consejero Delegado** para abordar las estrategias de comunicación globales y puntuales
2. Participación de la **Dirección de Comunicación en los Comités de Dirección**
3. Elaboración de **informes cuantitativos y cualitativos** de las noticias generadas y publicadas en medios de comunicación (nacionales, internacionales y redes sociales)
4. **Monitorización diaria de las redes sociales** con informes diarios sobre las menciones más destacadas de medios de comunicación, líderes de opinión, influencers, las menciones a marcas por prescriptores de la compañía, e informes de Mediaset España y su competencia sobre la optimización de la comunicación con los usuarios de redes sociales
5. **Reuniones periódicas con el equipo de redes sociales** de programas, series y canales de Mediaset España y Megamedia, así como con productoras y terceros, para la estrategia de comunicación de los contenidos de las redes sociales corporativas alojadas bajo "@Mediasetcom"
6. Encuentros periódicos y ad hoc con la **Dirección General Corporativa** para analizar las actividades de la compañía en los ámbitos Jurídico, de Gobierno Corporativo y Responsabilidad Social Corporativa
7. Reuniones con los equipos de la **Dirección General de Contenidos** para elaborar los planes de comunicación de programas, series y sus respectivos contenidos digitales asociados, así como de la filial cinematográfica Telecinco Cinema, siguiendo los criterios aportados por el Comité Editorial de Mediaset España y en consonancia con el Código Ético
8. Encuentros habituales con la **Dirección General Financiera y la Dirección de Relación con Inversores** para analizar la evolución del mercado bursátil y la comunicación pública conjunta hacia medios, analistas e inversores
9. Reuniones con las **direcciones de Marketing y estrategia Comercial de Publiespaña** para analizar y canalizar la comunicación de las acciones destinadas a la explotación publicitaria del negocio audiovisual
10. Relación permanente con responsables de **Mediterráneo Mediaset España Group para el desarrollo de materiales promocionales de los contenidos de ficción y entretenimiento del Grupo** y para la elaboración de las estrategias de comunicación derivadas de su evolución y desarrollo de negocio.
11. Participación y promoción del modelo "Mediaset España" en **foros profesionales**

Las **cuentas corporativas en las redes sociales** son canales de comunicación que permiten a la compañía escuchar, conocer, informar, comunicar, interactuar y promocionar novedades de forma inmediata. La interacción de los usuarios con las cuentas corporativas aporta a Mediaset España un conocimiento muy valioso de este target objetivo de seguidores y la posibilidad de tener un feedback inmediato de sus gustos y preferencias, así como dar respuesta a sus inquietudes o planteamientos y desarrollar estrategias de comunicación y marketing ad hoc.

Con el objetivo principal de dotar del valor intangible a Mediaset España a través de la **unión de la imagen de marca con su identidad corporativa,** la Subdirección de Imagen Corporativa desarrolla las correspondientes estrategias de comunicación y marketing destinadas a:

Salvaguardar la marca de la compañía y velar por su uso responsable

Diseño y creación de nuevas marcas institucionales

Desarrollo de concepto, diseño y producción de los elementos de identidad visual, tanto de canales como de productos institucionales

Gestión de las redes sociales de 12 Meses, los contenidos de www.12meses.es y el contenido audiovisual del canal Docusocial de Mitele

Conceptualización, diseño y producción de las campañas de comunicación social de **12 Meses**

Diseño, producción y coordinación de eventos institucionales en colaboración con diferentes áreas de la compañía

Diseño y planificación de campañas externas de publicidad para promocionar los contenidos de canales y mensajes institucionales de Mediaset España, así como nuevos productos

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

La Dirección de Relación con Inversores y la Oficina del Accionista de Mediaset España juegan un importante papel a la hora de mantener una relación fluida, tanto con inversores institucionales como con particulares, a la vez que facilitan la comunicación continua con analistas bursátiles y con los principales actores en los mercados financieros.

Con el objetivo de divulgar información corporativa sin que se produzca distorsión o asimetría entre los accionistas o potenciales inversores, Mediaset España sigue los criterios establecidos para las sociedades cotizadas por el regulador, que en este ámbito es la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), el Código Ético del Grupo y las mejores prácticas en materia de comunicación y relación con inversores.

- Informes trimestrales sobre los resultados remitidos a la CNMV, publicados en la web corporativa
- Publicación en la web corporativa, tanto en castellano como en inglés, de los informes trimestrales
- Información por correo electrónico a cada inversor y/o analista que lo haya solicitado
- Transmisión en tiempo real de las presentaciones de resultados, mediante conference calls y webcasts, permitiendo a los grupos de interés interactuar y plantear todas las preguntas y cuestiones que consideren relevantes. Dichas sesiones quedan grabadas y se encuentran disponibles en la web de Mediaset España hasta la siguiente sesión
- Comunicación a la CNMV de aquellos aspectos relevantes que han afectado al precio de la cotización y que deben ser conocidos por el accionista o inversor
- Celebración de conferencias, roadshows y reuniones con los inversores

GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS

La Dirección de Relaciones Institucionales es la encargada de trasladar y asegurar los intereses legítimos de Mediaset España ante las Administraciones Públicas y en especial, ante los poderes legislativos y ejecutivos, a nivel estatal y europeo, enmarcando su actuación en lo establecido en el Código Ético de la compañía.

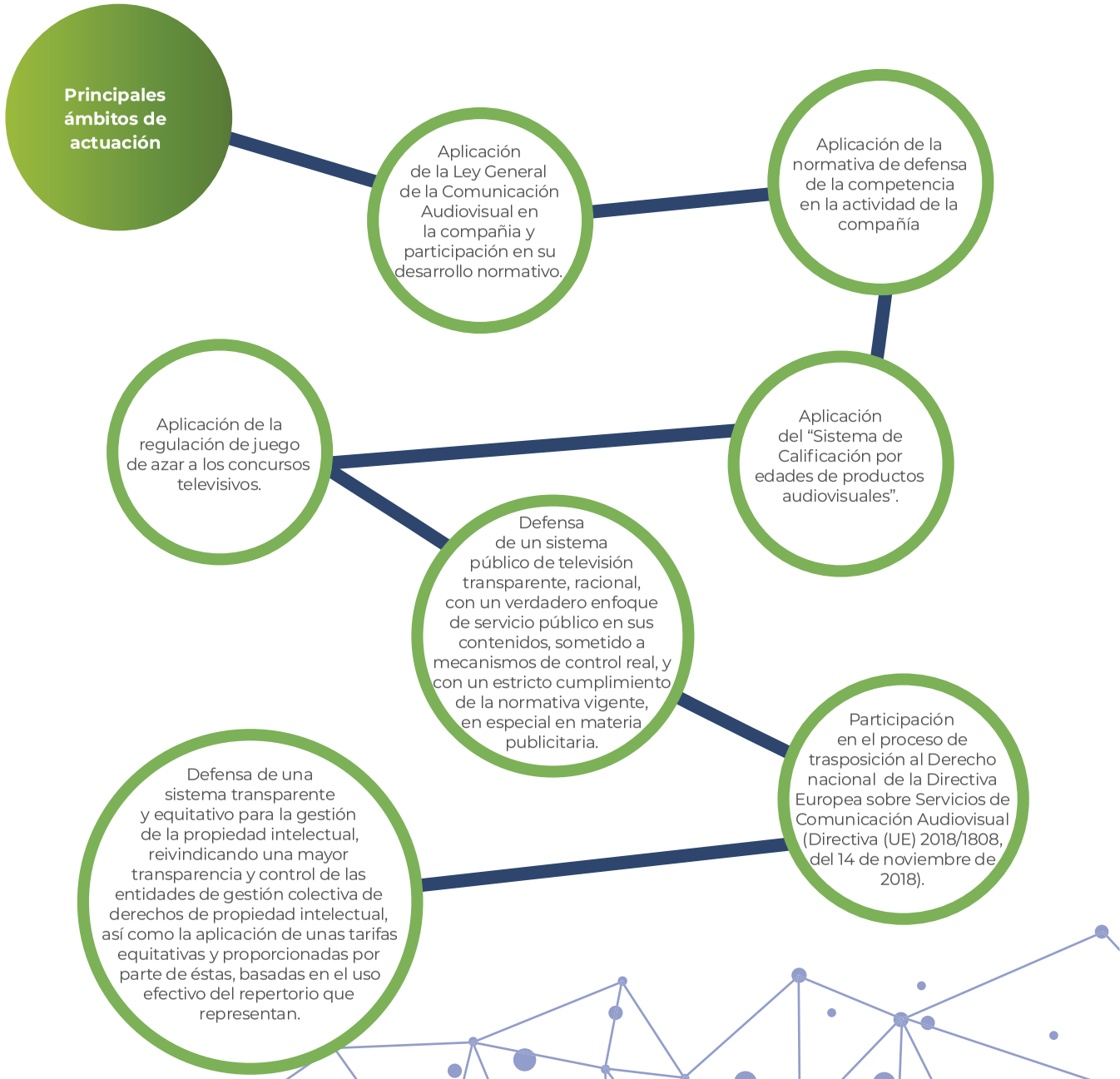
PARTICIPACIÓN EN AGENTES DE REFERENCIA EN EL SECTOR

- Association of Commercial Television in Europe (ACT)
- Comité de Autorregulación y Comisión Mixta de Seguimiento sobre contenidos televisivos e infancia
- Asociación para la autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)

Contribución al desarrollo del cine	Contribución a la financiación de la televisión pública
Mediaset España contribuye anualmente con el 5% de sus ingresos a la financiación de películas y series europeas y reserva más de la mitad de su tiempo de emisión anual a obras europeas	Mediaset España, como operador de televisión en abierto, contribuye anualmente a la financiación de la Corporación RTVE

Más información

Sobre la aportación a RTVE, consultar el apartado "Transparencia Fiscal" de este documento.



ALIANZAS PARA LA SOSTENIBILIDAD

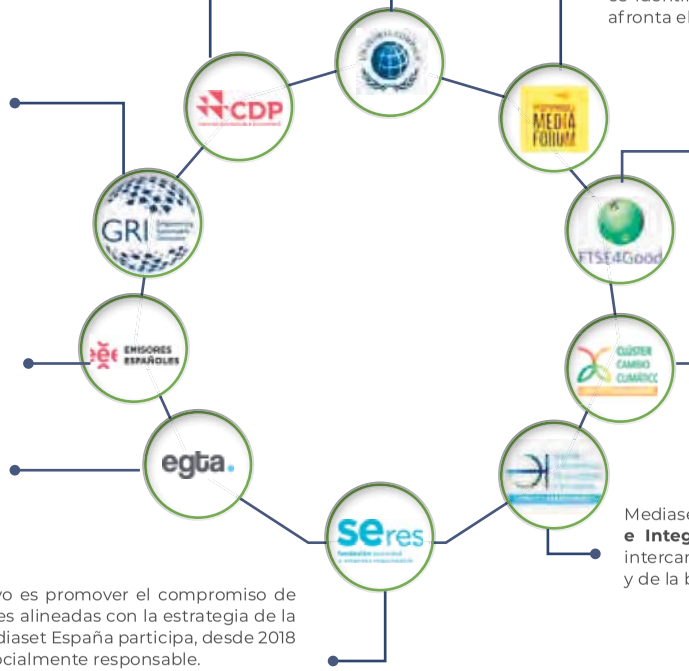
Desde 2009, Mediaset España mantiene su participación en el proceso de análisis del **Carbon Disclosure Project** (en adelante, CDP), respondiendo al cuestionario sobre Cambio Climático. La iniciativa lanzada por Naciones Unidas en el año 2000 mantiene la principal base de datos mundial de información primaria y empresarial del cambio climático, con el objetivo de aportar soluciones al mismo, revelando información significativa para la toma de decisiones de negocio, políticas y de inversión.

Desde 2012, Mediaset España sigue los principios y directrices definidos por **Global Reporting Initiative (GRI)** para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

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).

Mediaset España 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.

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.

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.

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

Mediaset España es, desde 2016, miembro del **Clúster de Cambio Climático** de Forética, punto de encuentro empresarial en liderazgo, conocimiento, intercambio y diálogo en materia de cambio climático, coordinado por Forética como representante en España del World Business Council for Sustainable Development

Mediaset España es, desde 2016, miembro del **Clúster de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad** de Forética, punto de encuentro empresarial en liderazgo, conocimiento, intercambio y diálogo en esta materia, poniendo especial foco en el valor de la transparencia y de la buena gobernanza en las empresas y su impacto en el mercado.

Otras colaboraciones

MEDIASET ESPAÑA

2019

MEDIASETespaña.

OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

Dimensión económica

RESULTADO DE INGRESOS TOTALES NETOS (MILLONES DE EUROS)

946
2018: 982
2017: 996

RESULTADO/ INGRESOS NETOS (%)

22,5
2018: 20,4
2017: 24,6

RESULTADO EBITDA AJUSTADO (MILLONES DE EUROS)

284
2018: 274
2017: 262,2

RESULTADO EBITDA AJUSTADO/ INGRESOS NETOS (%)

30
2018: 27,9
2017: 26,3

POSICIÓN FINANCIERA NETA (MILLONES DE EUROS)

(30,2)
2018: 167,8
2017: 135,3

IMPUESTO PAGADOS EN ORIGEN (MILLONES DE EUROS)

56,85
2018: 65,28
2017: 50

AYUDAS ECONÓMICAS RECIBIDAS DE GOBIERNOS (MILES DE EUROS)[1]

76
2018: 350
2017: 600

NÚMERO DE ANUNCIANTES[2]

833
2018: 860
2017: 905

PROMEDIO MENSUAL USUARIOS ÚNICOS (MILLONES)[3]

16,13
2018: 11,74
2017: 11,46

VIDEOS REPRODUCIDOS (BILLONES)

4,8

MEDIA DE USUARIOS ÚNICOS WEB[4]

Usuarios únicos	MEDISET	TELECINCO.ES	CUATRO.COM	DIVINITY.ES	MITELE	MTMAD	UPPERS	YASS	El Tiempo Hoy	NIUS	Eldesmarque
Promedio mensual 2017	11.457.398	7.711.909	3.634.648	1.758.592	2.465.661						
Promedio mensual 2018	11.736.198	7.633.391	3.267.061	1.879.279	2.529.542	600.999					
Promedio mensual 2019	16.130.397	8.731.314	4.140.861	2.427.624	2.483.131	807.815	298.550	289.689	281.405	686.606	3.317.529

1. Corresponde a las bonificaciones por los planes de formación continua de la Fundación Tripartita.
2. Se han considerado solamente los anunciantes con inversión, en todas las cadenas de Mediaset España. Fuente interna
3. Fuente: Datos elaborados en base a MMX multiplataforma de Comscore.
4. Media de usuarios únicos por web

OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

Dimensión social

RESULTADO DE DONACIONES A LA COMUNIDAD (MILES DE EUROS)

183

2018: 75
2017: 107

CESIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN APOYO A CAUSAS SOCIALES (MILES DE EUROS)[1]

7.537

2018: 9.535
2017: 13.341

HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO

10,85

2018: 13,76
2017: 15,5

INVERSIÓN EN FORMACIÓN (MILES DE EUROS)

266

2018: 328
2017: 149

HORAS DE ACCIONES FORMATIVAS EN HABILIDADES

4.305

HORAS DE ACCIONES FORMATIVAS TRANSVERSALES

7.294

(1) A partir de la aprobación de la Ley de Economía Sostenible en 2011, toda publicidad de ONGs pasa a ser no computable.

OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

Dimensión ambiental

INVERSIÓN EN MEJORAS AMBIENTALES (MILES DE EUROS)[1]

106
2018: 225
2017: 359

CONSUMO DE PAPEL (KG)

19.609
2018: 20.175
2017: 17.567

CONSUMO DE TÓNERS Y CARTUCHOS DE IMPRESIÓN (KG)

504,38
2018: 1.251
2017: 1.121

CONSUMO DE PILAS/ BATERÍAS (KG)

762
2018: 1.705
2017: 2.247

CONSUMO DE DISCOS/ CINTAS (KG)

989
2018: 157
2017: 1.734

RESIDUOS GENERADOS (TN)

514
2018: 431
2017: 458

CONSUMO DE AGUA (M^3)

28.723
2018: 25.327
2017: 28.662

CONSUMO DE ELECTRICIDAD (GJ)

61.319
2018: 59.133
2017: 63.919

CONSUMO DE GASÓLEO (GJ)[2]

1.251
2018: 1.429
2017: 76

CONSUMO DE GAS NATURAL (GJ)

5.311
2018: 5.674
2017: 4.638

EMISIONES DE GEI (TN) SCOPE 1

525,2
2018: 521,18
2017: 1.278

EMISIONES DE GEI (TN) SCOPE 2

0
2018: 0
2017: 0

EMISIONES DE GEI (TN) SCOPE 3

97.875
2017: 161.893
2017: 182.955

(1) Corresponde a la inversión en mejoras para el ahorro y la eficiencia energética.
(2) A partir de 2018 se incluye una estimación del combustible utilizado por los vehículos de empresa.

EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO

Mediaset España es, desde su creación en 2010, el grupo audiovisual más visto en soportes lineales y digitales. Nueve años de liderazgo indiscutible e ininterrumpido con una oferta de contenidos única y segmentada en su conjunto de canales de televisión en abierto temáticos y generalistas, entre los que destacan de nuevo Telecinco como el canal comercial más visto por vigésimo año consecutivo y Mitele como la plataforma de contenidos de televisión líder en consumo digital. La compañía ha ofrecido el entretenimiento, la ficción y la información más vistos de la televisión, con el liderazgo entre los jóvenes y con la oferta de vídeos de mayor demanda y *engagement* de Internet.

A sus líneas de negocio, Mediaset España ha sumado en 2019, el comienzo de su andadura en el negocio de la distribución de contenidos de pago con el lanzamiento para España de Mitele PLUS**,** una plataforma de suscripción para disfrutar sin interrupciones de toda la oferta de Mitele, con un paquete exclusivo de fútbol, al que se están incorporando de forma progresiva nuevos productos y contenidos exclusivos.

Paralelamente la compañía ha potenciado su marca en la distribución, venta y producción de contenidos a terceros con Mediterráneo -sociedad que agrupa su red de productoras participadas especializadas en entretenimiento y ficción, deportes y formatos multimedia digitales, así como su canal internacional, CincoMAS y su productora cinematográfica Telecinco Cinema- con cuyas películas, series y formatos está presente en más de 190 territorios de todo el mundo.

Con el objetivo de seguir expandiendo aún más estas nuevas líneas de negocio y de explorar a través de su modelo de producción los nuevos escenarios del presente y futuro del sector audiovisual, Mediaset España ha impulsado a su vez durante 2019 un ambicioso plan de digitalización adaptando no sólo los procesos de la creación de contenidos, sino invirtiendo a su vez recursos y esfuerzos en la creación de herramientas vinculadas a la estadística y el big data, claves para conocer aún mejor a la audiencia y, con ello, ofrecer posibilidades comerciales a sus anunciantes aún más cualitativas.

MEDIASET ESPAÑA, LÍDER EN AUDIENCIA LINEAL

Con un 29%, Mediaset España ha ratificado en 2019 su liderazgo histórico de audiencia lineal con la victoria absoluta por noveno año consecutivo. Su conjunto de canales, compuesto por Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Divinity, Energy, Be Mad y Boing, han conformado la oferta multicanal líder en el total día y también en el horario estelar (28,4%) y en el day time (29,2%).

Su oferta segmentada y complementaria en todo tipo de públicos le ha permitido un año más erigirse como referencia del target comercial (30,7%), confirmándose como el grupo de televisiones preferido por los jóvenes de 13-24 años (33,5%).

Audiencia de Mediaset España

Total dia
29%

Audiencia jóvenes (13-24 años)
33,5%

Target comercial
30,7%

TELECINCO, 20 AÑOS LIDERANDO LA TELEVISION COMERCIAL EN ESPAÑA

Telecinco ha hecho historia en 2019 poniendo el broche de oro a dos décadas de liderazgo indiscutible en la televisión comercial en nuestro país con unas cifras que le han llevado a alcanzar distancias históricas sobre su inmediato competidor en la última parte del año. Con una media del 14,8%, 7 décimas más que en 2018, la cadena ha cerrado uno de sus mejores años acumulando ya ocho victorias absolutas entre todas las televisiones.

Una ventaja de 3,1 puntos en total día sobre la segunda opción (11,7%), con sólidas victorias sobre ésta en ***prime time* (14,8% vs. 11,9%), *day time* (14,8% vs. 11,7%), mañana (15,1% vs. 10,7%), tarde (15,9% vs. 13%) y *late night* (18,7% vs. 8,7%)**-, así como una clara **hegemonía en el target comercial** (14,1% vs. 11,3%) y un seguimiento mayoritario entre los **jóvenes 13-24 años** (12%), han dado cuenta de ello.

Ha sido la televisión con mayor audiencia todos los meses del año, con una hegemonía especialmente notable desde el inicio en septiembre de la actual temporada. La cadena no ha tenido rival ni entre los canales en abierto ni en la televisión de pago, donde también se ha situado como la cadena más vista tanto en Movistar (10,7%) como en Vodafone (14,8%), invitados incluidos.

CERCANÍA, RIGOR Y OBJETIVIDAD, CLAVES DEL LIDERAZGO DE INFORMATIVOS TELECINCO

Telecinco ha sido la referencia informativa por séptimo año consecutivo con la edición de **Pedro Piqueras (16,7% y 2.380.000) como la más vista de todas las televisiones.** Ha establecido una ventaja de 2,9 puntos sobre su competidor nacional (13,8% y 1.907.000) y de 5,5 puntos sobre los informativos de la televisión pública nacional (11,2% y 1.623.000). La edición de mediodía de lunes a viernes (14,3% y 1.711.000), con 1,6 puntos más que en 2018, ha obtenido su cuota más alta desde 2010.

En el cómputo medio de las ediciones de lunes a domingo, Informativos Telecinco (1.923.000 y 14,9%) ha mejorado 9 décimas con respecto a 2018, con sus mejores resultados de los últimos 3 años. En **sobremesa, la edición de fin de semana** (14,3% y 1.669.000) ha obtenido su **mejor *share* desde hace más de una década**; al igual que la media de las ediciones de **fin de semana (13,5% y 1.702.000),** que han alcanzado la mejor cuota de pantalla desde el año 2008.

REFERENCIA EN GRANDES FORMATOS DE ENTRETENIMIENTO EN *PRIME TIME*

Telecinco ha liderado con su oferta de entretenimiento, ficción y cine, géneros en los que ha situado los productos más vistos del año, copando con sus formatos el ranking de las emisiones más vistas de 2019.

'Supervivientes: perdidos en Honduras' (33,7% y 3.511.000) ha anotado la mejor edición de su historia en cuota de pantalla, erigiéndose como el producto no deportivo más visto y el programa de entretenimiento más competitivo de los últimos 7 años, con la final más competitiva (40,6%) del formato en España. Su debut ha supuesto el mejor estreno de entretenimiento de la temporada (36,5%). **'Supervivientes: Conexión Honduras'** (23,2% y 2.662.000) también ha anotado récord histórico del formato.

'Gran Hermano' ha dado asimismo grandes satisfacciones a Telecinco, con un seguimiento extraordinario en televisión y redes sociales. Su edición de personajes famosos **'Gran Hermano VIP'** (32,5% y 3.263.000) **ha hecho historia en 2019** alcanzando la mejor cuota desde 'Gran Hermano 3' (2002) y ha sido el segundo formato de entretenimiento más visto y más competitivo del año. **'Gran Hermano VIP: Límite 48 horas'** (3.044.000 y 17,7%) ha alcanzado su edición más vista histórica y **'Gran Hermano VIP: El debate'** (22,2% y 2.586.000) su mejor cuota histórica.

'Gran Hermano Dúo' (26,3% y 2.832.000) ha sido el tercer formato de entretenimiento más competitivo del año, superando el 30% en jóvenes de 25-35 años, con datos siempre por encima del 20% en **'GH Dúo: Límite 48 horas'** (22,3% y 2.476.000) y el liderazgo de **'Gran Hermano Dúo: el debate'** (17,9% y 2.233.000).

Ni 'Supervivientes' ni 'Gran Hermano' han dado tregua a grandes apuestas de la competencia como 'Juego de Juegos' (11,0% y 1.711.000), 'Masters de la reforma' (9,6% y 1.070.000), 'Masterchef' (14,9% y 1.855.000), su edición 'Celebrity' (21,7% y 2.379.000) entre otros grandes formatos.

Los formatos de Telecinco 'Gran Hermano Dúo', 'Gran Hermano VIP' y 'Supervivientes' han ocupado, además los primeros puestos de las 10 tendencias de TV más buscadas en Google en 2019.

'**Got Talent'** (20,6% y 2.290.000) tampoco ha encontrado rival, liderando de forma aplastante con su mejor edición histórica en cuota de pantalla y con su final más vista (29% y 2.978.000) frente a grandes apuestas de su competidor inmediato como 'La Voz' (18,7% y 2.592.00), 'La Voz Senior' (14,5% y 1.978.000) y 'La Voz Kids' (14,3% y 1.852.000).

Han completado la oferta de éxito en el horario estelar **'Sábado Deluxe'** (17,2% y 1.746.000) con su mejor *share* de los últimos 3 años; '**Volverte a ver'** (13,8% y 1.642.000) como líder de los viernes, **'Mi casa es la tuya'** (15,1% y 1.915.000) con una progresión al alza que le ha llevado a crecer casi 3 puntos este año **y 'Ven a cenar conmigo: Gourmet Edition'** (14,4% y 1.699.000) como el formato más visto del prime time del verano y el segundo más competitivo del período estival.

LA PRODUCCIÓN PROPIA DE TELECINCO CONQUISTA EL *DAY TIME*

En *day time*, la cercanía que otorga el modelo de programación de Telecinco basado en los directos ha vuelto a conectar con el público, fiel una temporada más a **'El programa de Ana Rosa'** (19,7% y 642.000), magazín líder por 15º año consecutivo con su mejor cuota de pantalla de los últimos 4 años y la mayor distancia sobre 'Espejo Público' (13%) desde 2007, siendo además **el programa de *day time* con mejor *target* comercial** (20,3%).

Ha recogido su testigo en 2019 el programa **'Ya es mediodía'** (12,8% y 1.113.000) presentado por Sonsoles Ónega, que ha celebrado su primer año con una evolución al alza con la que ha mejorado 2,6 puntos frente a 2018.

Por la tarde, la media de todas las ediciones de 'Sálvame' (16,9% y 1.755.000) se ha vuelto a hacer con el liderazgo de la sobremesa con sus mejores resultados de los últimos 3 años y sin rival en su franja de emisión en todas sus variantes.
En fin de semana, '**Socialité by Cazamariposas'** (13,4% y 1.147.000) ha liderado su franja con una tendencia ascendente a lo largo de todo el año hasta crecer 2,7 puntos sobre 2018.

LA FICCIÓN MÁS VISTA, EN TELECINCO

En materia de ficción, Telecinco ha copado el pódium de las series más vistas del año con **'La que se avecina'** (18,8% y 2.519.000) como la comedia de mayor audiencia, fenómeno fan, target comercial (22,5%) y también en seguimiento entre el público joven, con un extraordinario 34,3% en jóvenes.

Además, a través de nuevas producciones, algunas estrenadas y otras en fase de rodaje y postproducción, ha trabajado este año en numerosos proyectos que han abarcado un amplio abanico de géneros.

En estrenos, ha destacado **'Señoras del (h)AMPA'** (20,9% y 2.996.000) como el debut nacional más visto del curso en Telecinco tras renovar por una segunda temporada antes incluso de su debut en la cadena. La serie (11,4% y 1.345.000), una combinación de comedia negra, acción e intriga, con grandes dosis de costumbrismo, narra una historia en la que cuatro mujeres con diferentes situaciones vitales ven irremediablemente unido su destino tras una muerte accidental que tratan de ocultar, generando una delirante espiral de actos delictivos y criminales. Ha cosechado una excelente crítica y el interés y el aplauso del mercado internacional, siendo incluso galardonada con el Premio MIPDrama Buyers Coup de Coeur tras haber sido elegida como favorita por 450 profesionales de la industria televisiva que han participado en el MIPDrama Buyers Summit.

Junto a ella, la cadena ha estrenado este año '**Brigada Costa del Sol' (10,2% y 1.349.000),** una serie policiaca clásica inspirada en hecho reales, ambientada en los albores de la democracia española, cuando un grupo de inspectores de policía fue destinado a Torremolinos para formar la brigada especial de estupefacientes en la Costa del Sol y luchar contra el tráfico de droga.

Junto a ella, tuvo lugar el estreno de **'Secretos de Estado' (10,4% y1.493.000),** thriller político que mostraba los entresijos del poder tras un intento de magnicidio y donde la ambición, venganza, pasión e intrigas políticas convivieron en Telecinco a lo largo de su primera temporada.

En miniseries '**Los Nuestros' 2'** (10% y 1.333.000), regresó en 2019 a Telecinco con una segunda entrega en la que una unidad de élite de la Brigada Paracaidista del Ejército Español en colaboración con el CNI se enfrentaba al reto de arrebatar al Estado Islámico una carga radiactiva que planeaba hacerla estallar en Europa.

Junto a todas ellas, Mediaset España ha puesto en marcha en 2019 otras ficciones como:

- **'El Pueblo'**, comedia que aborda en clave de humor las peripecias de un grupo de personajes que acuden a la llamada de un anuncio en el que se promete una casa y una nueva vida alejada del mundanal ruido en un pueblo abandonado de Soria, cuya primera temporada al completo se ha estrenado en primicia Amazon Prime Video, y ya ha grabado su segunda entrega de capítulos.

- **'Madres. Amor y vida'**, serie que explora el universo femenino en el día a día de un hospital materno-infantil especialmente a través de la mirada de pacientes y familiares que, junto con el personal médico, conviven en el área de Pediatría y Maternidad.

- **'Desaparecidos'**, drama policíaco centrado en la resolución de casos de personas a los que un día se tragó la tierra.

- **'Caronte'**, ficción jurídico-policiaca que narra la historia de un expolicía condenado injustamente y que sale de la cárcel reconvertido en abogado con el firme propósito de investigar los acontecimientos que derivaron en su condena ocho años atrás para encontrar la justicia que no tuvo entonces. Su experiencia como policía, su paso por la cárcel y su recién estrenada carrera como abogado hacen que tenga un objetivo claro: colocarse al lado de los que tienen todo que perder. Invita a reflexionar sobre la justicia, la presunción de inocencia y cómo el camino de la verdad es, en ocasiones, muy sinuoso.

- **Lejos de ti'**, comedia romántica que aborda en clave de humor el cataclismo sentimental que provocan los inicios de las relaciones de pareja a través de la historia de sus protagonistas: Candela, una joven sevillana, y Massimo, un atractivo romano, dos personas con caracteres totalmente opuestos con distintas localizaciones de Sevilla, Roma y Praga como escenario.

En 2019, Telecinco ha grabado los nuevos episodios de su comedia estrella 'La que se avecina', que ha refrendado su éxito durante más de una década en emisión, así como la segunda temporada de **'Vivir sin permiso'**, la ficción española más vista de 2018 producida en colaboración con Alea Media que desentraña las numerosas incógnitas por resolver con el narcotraficante Nemo Bandeira y su lucha contra el Alzheimer, su enemigo más despiadado.

EL CINE MÁS VISTO, EN TELECINCO

El acierto de la cadena se ha extendido también a su elección de títulos cinematográficos con el estreno de **'La Bella y la Bestia' (3.168.000 y 21,3%)**, **'Perfectos desconocidos' (3.157.000 y 20,7%) y 'Jumanji' (2.783.000 y 19,4%) como las películas más vistas del año** entre las televisiones comerciales**.**

MEDIASET ESPAÑA, REFERENTE DEL DEPORTE EN ABIERTO

Mediaset España ha vuelto a ser el grupo de referencia en su oferta de eventos deportivos para la televisión en abierto, con la emisión de la cita más destacada del año, el **Mundial de Baloncesto**, ofrecido íntegro en sus soportes lineales y digitales, así como el **Campeonato Europeo Sub-21 de Fútbol con un promedio de los partidos de España del 22% y 2.787.000 espectadores,** diversos encuentros **amistosos de la Selección Española (4,8%), clasificatorios para la próxima UEFA Euro 2020** y para el próximo **Europeo Sub-21 (5,3%)** y las **carreras de Moto GP de Argentina (12,9%) y Valencia (10,6%).**

Junto a esta oferta, Mediaset España ha llevado a cabo una apuesta por el deporte femenino en la televisión en abierto, ofreciendo partidos amistosos de la Selección Española de Fútbol Femenino y, por primera vez en la historia de la televisión en nuestro país, dedicando en Telecinco en el horario estelar a la retransmisión en directo de la final de la **Copa de la Reina** (**14,8% y 1.655.000),** convertido en el partido de fútbol femenino más visto hasta ahora y confirmando con ello el acierto de esta apuesta por esta disciplina.

Mención destacada merece el triunfo de la Selección Española del Mundial de Baloncesto de China en Cuatro, una épica victoria en una final ante Argentina (**46,5% y 6.168.000)** convertida en el partido de baloncesto más visto en la historia de la televisión en nuestro país y en la emisión más vista del año en las televisiones comerciales en su emisión lineal y digital, con **251.000 navegadores únicos y 1,2 millones de vídeos vistos**, siendo la emisión más vista en la historia del directo en Cuatro. El Mundial de Basket ha alcanzado una cobertura total de casi 20 millones de espectadores y una alta demanda de visionado *online* en directo con 1.082.000 navegadores únicos y 4 millones de vídeos vistos.

CUATRO, CADENA QUE MEJOR CONVIERTE SU AUDIENCIA A TARGET COMERCIAL (6,4%)

Cuatro ha cerrado el año como la tercera cadena privada preferida por los jóvenes de **16 a 34 años (6,6%) y de 13-24 años (6,7%),** datos por encima de su media *en* total día (5,3%). De nuevo ha sido la **cadena con mejor conversión a target comercial, alcanzando un 6,4% en total día y un 7% en *prime time*.**

Cuatro ha confirmado el éxito de la programación transversal de Mediaset España situando **'Gran Hermano VIP: Límite 48 horas' (26,3% y 2.699.000)** y **'Supervivientes: Tierra de nadie'** (22,3% y 2.452.000) como los programas más competitivos en la historia de la cadena.

Durante este año Cuatro ha incrementado la producción propia en sus tardes sustituyendo productos de ficción ajena por nuevos espacios de diverso género como el programa de actualidad **'Cuatro al día'** (3% y 282.000), el informativo satírico **'Todo es mentira'** (3,9% y 446.000), **'El concurso del año'** (5,7% y 462.000%) con un 10,1% en jóvenes y **'El Bribón'** (2,3% y 253.000).

Junto a ellos, han sobresalido formatos de producción propia, con cuya apuesta por la búsqueda de propuestas innovadoras y desarrollos originales, el canal ha refrendado su sello en el ámbito de los *factuals*, los *docushows*, los *dating*, los reportajes y la investigación.

Prueba de ello han sido los datos alcanzados por **'Adivina qué hago esta noche' (7,7% y 1.016.000)** con un 9,8% en jóvenes; **'Volando voy'** (6,8% y 1.203.000) con su tercera mejor temporada en número de espectadores y un 7,7% en *target* comercial; **'Los Gipsy Kings'** (7,4% y 1.059.000) con un 9,9% en *target* comercial; **'Chester' (7,2% y 1.348.000)** con un 9,1% en *target* comercial; **'Ven a cenar conmigo: gourmet edition'** (5,8% y 770.000) con un 7% en *target* comercial y **'Mónica y el sexo' (5,3% y 356.000)**.

En *access prime time*, **'First dates'** (6,8% y 1.106.000) ha anotado un 7,7% en target comercial, mientras que en *late night* **'Cuarto Milenio' no ha tenido rival en su franja** del domingo noche (7,3% y 758.000) con un 9,4% en *target* comercial, mientras que en *day time*, **'Mujeres y hombres y viceversa' (4,8% y 233.000)** ha sido la primera opción en su franja para los espectadores de 13 a 24 años (16,4%).

LOS TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA, LÍDERES POR SÉPTIMO AÑO

Mediaset España ha cerrado además 2019 con la oferta de canales temáticos más vista de la televisión en abierto con una media del 8,8% de la cuota de pantalla.

Factoría de Ficción (2,8%), líder de las temáticas por octavo año, ha sido el tercer canal comercial más visto por los jóvenes de 13 a 24 años (7,7%).

Energy (2,4%), con su récord histórico, ha sido la segunda temática más vista del año registrando además su máximo en *target* comercial, donde sube hasta el 2,9%.

Divinity (1,9%) ha sido la temática femenina líder en target comercial (2,3%), con un 3,2% en su *core target*, mujeres de 16 a 44 años.

Boing (10,6% en niños) ha sido por su parte el canal infantil líder de la televisión comercial por séptimo año consecutivo.

Be Mad (0,7% en *target* comercial) ha cerrado su cuarto año de vida en un 0,5%.

EL CANAL INTERNACIONAL CINCOMAS CONSOLIDA SU PRESENCIA EN LATINOAMÉRICA CON UN TOTAL DE 16 PAÍSES

Un año más, Mediaset España ha mantenido su apuesta por trasladar sus contenidos de mayor éxito hasta los espectadores hispanohablantes del continente americano a través de CincoMAS, su canal internacional. En el 2019 ha alcanzado su máxima expansión consolidando y reforzando su presencia en un total de 15 países, creciendo en los que ya estaba disponible, como en el caso de Argentina, México o Panamá y llegando por primera vez a Bolivia y Uruguay. Además de continuar creciendo en la plataforma de servicio de televisión en alta mar de GEE, que ya ofrece la señal del canal a más de 40.000 cabinas de cruceros y navíos.

Así, a lo largo de 2019 CincoMAS ha incorporado por primera vez en su parrilla formatos internacionales de la talla de 'Got Talent', 'Donde menos te lo esperas' o 'Me quedo contigo'; y ha continuado con su labor de trasladar al público de Latinoamérica los principales programas de producción propia del grupo, con especial atención a los espacios emitidos en directo como 'El programa de Ana Rosa', 'Sálvame', 'Ya es mediodía', 'Todo es mentira' o Informativos Telecinco. Además de programas de reportajes como 'La vida con Samanta', 'En el punto de mira' o 'Fuera de Cobertura' y de las series 'Se quién eres', 'Perdóname señor' y 'Grupo 2: Homicidios', entre otras.

Por otro lado, CincoMAS ha proseguido con su labor de prescriptor a nivel internacional de las acciones de comunicación social con las campañas sociales de 12 Meses.

MEDIASET ESPAÑA, MEDIO LÍDER EN CONSUMO DIGITAL CON RÉCORD HISTÓRICO DE USUARIOS ÚNICOS Y VIDEOS VISTOS

2019 ha sido un año histórico para Mediaset España también en consumo digital. La compañía ha alcanzado el mejor resultado de su historia en 2019 tras registrar un acumulado anual de **4.778 millones de vídeos vistos,** situándose como el **medio de comunicación líder** con amplias distancias sobre su competidor nacional (3.070 millones de vídeos) y la televisión pública nacional (682 millones de vídeos), según datos de Videometrix Multiplataforma de ComScore. Además, la compañía se ha situado en tercera posición del ranking global de consumo de vídeos, solo por detrás de Google y Vevo.

Estos resultados de consumo digital publicados por ComScore, han sido generados por una **media mensual de 16,1 millones de usuarios únicos** a lo largo del año, cifra que supone un notable crecimiento del 37% respecto al promedio de 2018.

EXTRAORDINARIOS CRECIMIENTOS DE LOS SITES DE TELECINCO Y CUATRO Y LAS PLATAFORMAS MITELE Y MTMAD

Por plataformas y cabeceras, 2019 ha sido un año de espectaculares crecimientos en el consumo de Mitele, Telecinco.es, Cuatro.com y Mtmad, en algunos casos por encima del 90% interanual:

- **Mitele,** plataforma de televisión líder en España, ha vuelto a encabezar el consumo audiovisual digital en el grupo con un total de 2.600 millones de vídeos vistos, un 70% más que en 2018, prácticamente el doble que Atresplayer (1.444 millones).

- **Telecinco.es** ha logrado un crecimiento en su consumo del 90% sobre 2018 hasta alcanzar los 926 millones de vídeos vistos, casi el triple que Antena3.com (357 millones).

- **Cuatro.com** ha cerrado el año con un acumulado de 234 millones de vídeos, un 92% más que en 2018, superando a LaSexta.com (207 millones).

- **Mtmad** ha multiplicado por cuatro su consumo en 2019 hasta los 233 millones de vídeos, frente a los 57 millones registrados en 2018.

En lo que respecta al tráfico, destacan los crecimientos registrados por Telecinco.es, que ha alcanzado los 8,7 millones de usuarios únicos al mes (un 14% más), y de Cuatro.com, que se ha situado en 4,1 millones de usuarios únicos mensuales (un 27% más), según datos de Mymetrix Multiplataforma de ComScore.

LA OFERTA DIGITAL DE MEDIASET ESPAÑA CRECE Y SE SEGMENTA, INICIANDO LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS DE PAGO CON EL LANZAMIENTO DE MITELE PLUS

En 2019 Mediaset España ha comenzado su andadura en el negocio de la distribución de contenidos de pago con el lanzamiento para España de Mitele PLUS, una plataforma de suscripción para disfrutar sin interrupciones de toda la oferta de la actual Mitele, a la que se han ido incorporando de forma progresiva nuevos productos y contenidos exclusivos, así como una segunda señal exclusiva 24 horas del programa 'GH VIP', la asistencia como público a la grabación del programa 600 de Cuarto Milenio en uno de los platós más grandes de Mediaset España o el meet&greet con Can Yaman, el protagonista de algunas de las telenovelas turcas que se ha convertido en un fenómeno fan.

Mitele PLUS cuenta con tres paquetes exclusivos de fútbol, que incluyen la suscripción a Mitele PLUS Básico, con todo el contenido de Mitele sin publicidad ni interrupciones, entre otras ventajas.

Desde su lanzamiento el pasado verano, Mitele PLUS ha mostrado una progresión ascendente semana a semana en el número de suscripciones, sin bajas significativas y con una experiencia de usuario positiva, según se desprende de las estadísticas de su servicio de atención al cliente, duplicando la previsión estimada por Mediaset España en su plan de negocio para el lanzamiento de la plataforma.

Los usuarios de Mitele PLUS cuentan con la opción de inicio de sesión hasta en cinco dispositivos a la vez, con la posibilidad de reproducir los contenidos de fútbol hasta en dos de ellos de forma simultánea en (uno en HD y otro en SD).

MITELE, LA PLATAFORMA DE CONTENIDOS DE TELEVISIÓN LÍDER EN ESPAÑA

Mitele ha mantenido en 2019 su liderazgo entre las plataformas de televisión en España, situándose una vez más como el soporte con mayor consumo digital del grupo, con 2.600 millones de vídeos vistos, un 70% más que en 2018 y una amplia diferencia sobre su principal competidor, consiguiendo también el máximo diario absoluto en número de usuarios únicos.

La apuesta por la interacción con el usuario y el contenido extendido ha dado un nuevo paso adelante con la incorporación de la iniciativa 'Mitele ON'. Los seguidores de 'Supervivientes 2019' han podido acceder a contenido exclusivo del programa a través de la *app* para dispositivos móviles: 'Quiz SV', concurso semanal de preguntas y respuestas sobre la historia del programa presentado por Sofía Suescun, con un premio de 200 euros para los ganadores; vídeos 360º grabados desde Honduras, el antes y después de los concursantes tras su paso por la isla y votaciones vinculantes que condicionaron el día a día en Los Cayos Cochinos.

Además de seguir ampliando su catálogo de contenidos a la carta con la incorporación de los nuevos formatos de Mediaset España, Mitele ha ido sumando nuevos canales en directo exclusivos, como la doble señal en abierto del 'GH Dúo' 24 horas o los tres canales creados con motivo de la Copa del Mundo de Baloncesto FIBA 2019, a través de los cuales los usuarios de la plataforma pudieron seguir de manera totalmente gratuita toda la competición, incluyendo los más de 50 partidos que no se emitieron a través de los canales de televisión lineal.

La evolución y el desarrollo de nuevas aplicaciones ha sido otro de los puntos destacados de la plataforma en 2019. La completa remodelación de su desarrollo para Smart TV ha posibilitado su llegada a nuevas marcas de televisores y STB, además de la incorporación de todos los canales en directo de la plataforma. Todo ello ha supuesto que en septiembre la aplicación de Smart TV de Mitele haya marcado su récord absoluto en usuarios únicos y visualizaciones.

Por otro lado, las aplicaciones móviles para iOS y Android han sumado a sus funcionalidades la posibilidad de enviar contenido a la televisión vía Chromecast.

MEDIASET ESPAÑA AMPLÍA SU ENTORNO BRAND SAFETY CON NUEVAS PROPUESTAS DIGITALES

Mediaset España ha reforzado este liderazgo audiovisual en la red, sumando a sus *sites* de televisión y plataformas de contenido en directo y a la carta nuevos perfiles de usuarios a través de la compra y el desarrollo de nuevas e innovadoras propuestas digitales dirigidas a targetización de públicos, ampliando con ello la cobertura digital de sus clientes existentes y potenciales con la garantía que ofrece a las marcas vincularse a su entorno *brand safety* seguro y controlado.

Para ello, la compañía ha ampliado su portfolio de soportes con la adquisición del diario deportivo El Desmarque y la creación de dos nuevas cabeceras propias: Uppers, destinado a satisfacer la demanda de contenidos e información de mayores de 45 años y NIUS, diario digital de información dirigido a todo tipo de usuarios que buscan acercarse a la actualidad a través de Internet y las redes sociales.

EL DESMARQUE, LA ACTUALIDAD DEPORTIVA MULTIDISCIPLINAR

Mediaset España ha adquirido en 2019 www.eldesmarque.com, una de las plataformas de actualidad deportiva de mayor seguimiento a nivel nacional que desde su fundación en 2006 apuesta por la actualidad deportiva multidisciplinar y, de forma destacada, por la segmentación geográfica de la información a través de las 14 ediciones locales diferentes que a diario mantiene actualizadas de forma pormenorizada. En todas ellas ofrece toda la actualidad del fútbol local, nacional e internacional, baloncesto, tenis, ciclismo, atletismo o automovilismo, entre otros deportes, con un foco diferencial en aquellos de interés regional y en especial en el deporte femenino. La plataforma completa su oferta con *sites* temáticos dedicados a los e-Sports -uno de los sectores del entretenimiento con mayor potencial de crecimiento-, las ligas managers de fútbol, videojuegos, series, cine, televisión y gadgets.

Cuenta con canales de comunicación directa con su audiencia a través de diferentes aplicaciones para móviles, ElDesmarque Live, con programación diaria y paquetizada y emisiones de todos los acontecimientos deportivos en directo desde la radio *online*. Dispone además de un servicio de alertas personalizado vía Whatsapp que permite a los usuarios recibir noticias de sus equipos.

Con la adquisición de este medio deportivo, Mediaset España da un paso más en su apuesta por el deporte, uno de los contenidos en los que la compañía mantiene una posición histórica de referencia tras ofrecer en abierto la retransmisión de grandes eventos futbolísticos como los Mundiales de 2010, 2014 y 2018, las Eurocopas de 2012 y 2016, la Copa FIFA Confederaciones de 2009 y 2013, distintos Europeos Sub 21, encuentros de la Copa del Rey, la Supercopa de España y el nuevo torneo UEFA Nations League; así como la Copa del Mundo FIBA 2014 y 2019 y los Eurobasket de 2015 y 2017 de baloncesto; y el Mundial de MotoGP y de Fórmula 1, entre otras grandes citas deportivas.

NIUS, EL PRIMER DIARIO DIGITAL GENERALISTA DEL GRUPO

Septiembre ha sido igualmente el mes elegido para el lanzamiento de www.niusdiario.es, iniciativa editorial digital para trasladar de forma rigurosa y contrastada las claves de la actualidad a través de todos los canales de consulta habituales en internet, redes sociales, buscadores de noticias, podcast y asistentes de voz.

Dirigido por Juan Pedro Valentín, NIUS cuenta con una redacción formada por profesionales de gran experiencia audiovisual, con delegaciones en toda España, corresponsales en las principales ciudades del mundo y experimentados periodistas con amplio conocimiento en actualidad diaria política y económica, capaces de explicar, traducir y acercar la más variada información de la manera más clara y ágil posible, en temas relacionados con política, economía, salud, medio ambiente, energía, movilidad, igualdad, educación y consumo, sociedad, cultura y deporte, en un momento en el que el consumo de la información es cada vez más inmediato y *mobile*.

UPPERS, NUEVO MEDIO DIGITAL PARA LA GENERACIÓN DE LA EXPERIENCIA

Una nueva enseña digital se ha sumado en septiembre a la oferta de Mediaset España: Uppers, un nuevo medio online del grupo destinado a satisfacer la demanda de contenidos e información de mayores de 45 años, un público interesado en *lifestyle*, tendencias, motor, viajes, tecnología, deporte, vida sana y gastronomía, entre otras temáticas, altamente demandado por los anunciantes por su perfil comercial. Temas exclusivos elaborados por la redacción del medio, una red de colaboradores, una estética muy cuidada y una presencia diferencial en redes sociales, con carácter y contenido genuino, son los elementos distintivos de www.uppers.es.

Uppers ha nacido del momento sociodemográfico actual: la pirámide poblacional se invierte, cada vez vivimos más y mejor. Con la generación *upper,* la de la experiencia, la compañía busca completar su carta de contenidos y oferta para las marcas, al tiempo que pretende despertar el interés sobre los usuarios de mediana edad, un *target* con gran potencial comercial por su alto grado de consumo, prescripción e influencia.

YASSS.ES, SITE DIRIGIDO AL PÚBLICO MILLENIAL Y LA GENERACIÓN Z

La web de entretenimiento e información de Mediaset España dirigida al público millenial y centennial, Yasss.es, ha cerrado este 2019 batiendo su récord histórico, con 912.704 navegadores únicos en diciembre y 1.340.768 páginas vistas (fuente Omniture).

Tras dos años online, la web más 'teen' de Mediaset España se ha consolidado poniendo el foco en los temas que interesan al público al que se dirige (psicología, relaciones, medioambiente, feminismo, música, series, tecnología...), apostando por dar voz a gente con historias que contar y entrevistando a jóvenes con talento, pero también entreteniendo a sus seguidores con juegos, tests y memes, y creando comunidad a través de sus redes sociales, con más de más de 22.000 seguidores en Twitter, Instagram y Facebook.

MTMAD, 2.300 MILLONES DE VIDEOS VISTOS EN 2019

La plataforma de emisión de los contenidos de producción propia nativos digitales de Mediaset España ha cerrado 2019 con 233 millones de vídeos vistos totales.

En sus tres años de vida Mtmad ha innovado en la creación de formatos, introduciendo en el entorno digital de Mediaset España nuevos lenguajes audiovisuales que complementan el gran universo de personajes de la producción propia de la compañía, con el lanzamiento de géneros crossmedia de marcado carácter innovador y pionero en materia de reality vlogs, ficción y directos.

A lo largo de 2019, ha estrenado nuevos formatos presentados por *talents* emergentes como Isa Pantoja ('Soy como soy'), Omar Montes ('La vida mártir'), Marta López ('The real Marta'), Laura Matamoros ('Inside Laura'), Alejandra Rubio ('Black sheep') y Alma Bollo ('Desde el Alma'), entre otros muchos, así como de rostros ya consolidados en el mundo de la televisión y la interpretación como es el caso de Tania Llasera ('Dando la talla') y Paula Echevarría ('Diario de Rodaje').

Mtmad ha explotado por otro lado el extraordinario seguimiento en Internet de espacios como 'Gran hermano' o 'Mujeres y hombres y viceversa', dedicando parte de sus canales a dar a conocer aspectos inéditos y personales de los personajes nacidos en el entorno ambos programas y que cuentan con millones de seguidores en sus perfiles de redes sociales. Es el caso de los diarios 'Llámame Lola, by Lola Ortiz', 'Mad mojo by Noel', 'Algo pasa con Oriana', 'Original Aurah', 'Ultravioleta', 'Verdeliss en L.A.', 'Princesa Inca', 'Bea y Punto' y 'Yoli, te quiero', entre otros.

También ha consolidado con éxito su innovador sello 'Crazy' de formatos cross media a través de aventuras como 'Crazy Trip' y 'Crazy Camp', donde un grupo de exconcursantes de 'Mujeres y hombres y viceversa' se ha embarcado en sendos viajes a Tailandia y un camping en España para narrar su aventura y convivencia a lo largo de una serie de episodios semanales en Mtmad, con proyección en antena a través de una sección dedicada a comentar cada una de las entregas en el programa de Cuatro que les vio nacer y con su correspondiente seguimiento a través de las redes sociales donde tantos seguidores acumulan sus carismáticos participantes: Violeta, Fabio, Julen, Albert Pertiguista, Jennifer Baldini y Katty, Barranco, Steisy, Labrador y Oriana.

Además, la plataforma se ha adentrado en la ficción con el estreno de su primera webserie propia, 'Una vida de mierda', protagonizada por 'El Cejas', quien antes de su debut televisivo en 'Got Talent España' ya era toda una celebridad en internet. De la mano de Mtmad ha dado un nuevo paso ante su legión de fans protagonizando esta producción de ficción en la que participan con distintos cameos personajes conocidos del ámbito televisivo, youtubers e influencers.

mtmad

YASSS

MEDIASET ESPAÑA CONCLUYE UN PLAN TÉCNICO DE RENOVACIÓN DE SU CENTRO DE PRODUCCIÓN

Más de 20.000 horas de contenidos producidos al año en sus instalaciones, de las cuales 18 horas de media al día son ofrecidas en directo, hacen de Mediaset España uno de los mayores creadores de contenidos audiovisuales del país, con un modelo único, genuino e inimitable con el que la compañía lidera las audiencias año tras año y se erige como referente de la televisión en abierto en todos los géneros, desde actualidad y entretenimiento, hasta ficción, cine y contenidos digitales.

Con el afán de mantener y proyectar el modelo de producción en las mejores condiciones desde el punto de vista técnico, la compañía ha concluido en 2019 la primera fase de un ambicioso plan técnico pionero en España que cinco años después de su puesta en marcha se ha materializado con la renovación completa de sus instalaciones, incluyendo además los sistemas eléctricos con la contingencia requerida en sus centros de producción de Madrid, ubicados en Fuencarral y Villaviciosa de Odón.

Gracias a esta nueva infraestructura, la compañía puede producir con garantía y seguridad en los renovados estudios de Alta Definición junto con la nueva Unidad Móvil HD1, preparada para la realización de grandes formatos permitiendo afrontar los retos que plantea el proyecto del real decreto sobre el 2º Dividendo Digital y la evolución tecnológica asociada al mismo en materia de calidad e interactividad.

Entre los sistemas implantados, Mediaset España ha llevado a cabo una revolución en el área de Sonido, que ha supuesto una integración completa de los sistemas de sonido, microfonía y comunicaciones, suponiendo un cambio operativo pionero de trabajo en red. Este proyecto, diseñado íntegramente por la División de Tecnologías en dependencia de la Dirección General de Gestión y Operaciones y desarrollado con recursos internos por profesionales de la compañía, ha originado la creación de un Libro de Estilo Técnico que permite a cualquier operador de Mediaset España trabajar en cualquier formato de programa bajo criterios unificados, ampliando con ello la horquilla de productividad y ratio de eficiencia.

La renovación completa del equipamiento de estudios con la sustitución definitiva de la tecnología SD, ha conllevado la formación de más de 190 profesionales técnicos pertenecientes a la División de Tecnología y Operaciones

Por otro lado, se han adecuado otras áreas técnicas, como las 30 salas de Edición y Postproducción dotándolas de una alta capacidad de integración con los flujos más modernos de ingesta, edición, archivado y, en general, todos los procesos, así como la Emisión de Contingencia situada en el centro de produccion de Villaviciosa de Odón para asegurar la continuidad del negocio.

A la par, la compañía ha desarrollado un innovador sistema de producción remota y trabajo en red para maximizar todo lo posible sus más de 11.000 metros cuadrados de superficie de platós con los que cuenta, abriéndose a un universo muy novedoso de posibilidades operativas.

TELECINCO CINEMA, LA FILIAL CINEMATOGRÁFICA DE MEDIASET ESPAÑA, ESTRENA DOS COMEDIAS Y TRABAJA EN CUATRO RODAJES EN 2019

Mediaset España también ha desempeñado una ardua labor cinematográfica a lo largo de 2019. A través de Telecinco Cinema, la compañía ha estrenado en cines las comedias 'Lo dejo cuando quiera' y 'Si yo fuera rico'; ha ultimado la producción del estreno en enero de 2020 de 'ADÚ' y ha finalizado el rodaje de ambiciosos proyectos como 'Way Down', 'Malnazidos' y 'Operación Camarón', que llegarán a las salas a lo largo de 2020.

Casi 2 millones de espectadores han visto **'Lo dejo cuando quiera'** desde su estreno en abril en cines de toda España, con casi 11,3 millones de euros de recaudación. Dirigida por Carlos Therón y producida por Telecinco Cinema y Mod Producciones con la participación de Mediaset España y Movistar+ y distribuida por Sony Pictures Entertainment Iberia, fue sido la película más vista en su primer fin de semana de exhibición en cines y el mejor estreno español del año. Con un reparto integrado por David Verdaguer, Ernesto Sevilla, Carlos Santos, Cristina Castaño, Miren Ibarguren y Amaia Salamanca, con la colaboración especial de Ernesto Alterio y la participación de Pedro Casablanc, Gracia Olayo y Luis Varela, la película ha obtenido una gran acogida de público y crítica. Narra las peripecias de tres profesores universitarios que encuentran la solución a sus problemas económicos en un complejo vitamínico que ofrece un subidón apoteósico y sin efectos secundarios. Vender las pastillas les sacaría inmediatamente de la crisis, pero verse metidos de lleno en el peligroso mundo de la noche es algo que a los tres empollones les viene sin duda demasiado grande.

Cinco años después de su última película, Álvaro Fernández-Armero se ha situado nuevamente tras las cámaras en **'Si yo fuera rico'**, comedia estrenada el pasado mes de noviembre que al cierre de 2019 ha sido vista por 2 millones de espectadores, con más de 12 millones de euros de recaudación. Está protagonizada por Álex García, Alexandra Jiménez, Adrián Lastra, Diego Martín, Franky Martín y Bárbara Santa-Cruz, con la colaboración especial de Paula Echevarría, Beatriz Rico, Isabel Ordaz, Aritz Aramburu y Antonio Resines. Rodada entre Asturias y Madrid, la película cuenta la historia de un joven al que en pleno proceso de divorcio le toca la lotería y debe hacer todo lo posible por ocultar el millonario premio a su actual esposa y a sus propios amigos.

TELECINCO CINEMA

Luis Tosar, Anna Castillo, Álvaro Cervantes y Jesús Carroza lideran por otra parte el reparto de **'ADÚ',** la última película que Telecinco Cinema que aborda el drama de la inmigración desde la realidad de dos mundos separados por una valla. Con Salvador Calvo en la dirección, destacan los debutantes Moustapha Oumarou y Zayiddiya Disssou, elegidos entre miles de niños de la República de Benín, país africano que ha acogido la mayor parte del rodaje junto a Madrid y Murcia. El filme aborda la historia de un niño que viaja junto a su hermana desde el corazón de África hasta Europa, entrelazándola con otras dos tramas: la de un grupo de guardias civiles que custodian la frontera sur de Europa y la de un activista occidental que acaba de recuperar a su conflictiva hija de 18 años.

En materia de rodajes, en 2019 ha destacado notablemente **'Way Down'**, es uno de los proyectos más ambiciosos del cine español para el que Mediaset España ha unido sus fuerzas con el grupo audiovisual líder en Francia, TF1 Studio, encargado de las ventas internacionales. Rodada íntegramente en inglés y dirigida por Jaume Balagueró, cuenta con un potente reparto internacional y nacional integrado por Freddie Highmore, Astrid Bergès-Frisbey, Jose Coronado, Liam Cunningham, Sam Riley, Luis Tosar, Emilio Gutiérrez Caba, Axel Stein, Daniel Holguín y Famke Janssen. Con un espectacular despliegue de medios técnicos y humanos, la película narra el minucioso plan de un brillante ingeniero que pretende atracar el inexpugnable Banco de España aprovechando la atención popular y mediática acaparada por la celebración de la final del Mundial de Sudáfrica 2010.

En fase de postproducción se encuentra también **'Malnazidos'**, una película-evento de acción y aventuras. Dirigida por Javier Ruiz Caldera y Alberto de Toro y protagonizada por Miki Esparbé, Aura Garrido, Luis Callejo, Álvaro Cervantes, Jesús Carroza y María Botto, parte de un guion de Jaime Marqués Olarreaga y Cristian Conti a raíz de la novela 'Noche de Difuntos del 38' de Manuel Martín Ferreras. Cuenta con un elevado nivel de producción para recrear los miles de muertos en las trincheras que han dejado tras de sí meses de sangrientos combates, y la lucha de los supervivientes de uno y otro bando contra un nuevo y desconocido adversario, haciendo frente común para evitar convertirse en zombies.

El potencial estético y de guion de 'Malnazidos' ha llevado a Mediaset España y Sony Interactive Entertainment España, a través de PlayStation®Talents, a alcanzar un acuerdo para la adaptación de la película al universo del videojuego en el género *shooter* y exclusiva para los usuarios de PlayStation®4.

Tras dirigir 'Es por tu bien', tercera película española más taquillera de 2017, y 'Lo dejo cuando quiera', filme con mayor recaudación del año en el cine español, Carlos Therón ha dirigido por último este año **'Operación Camarón'**, comedia que protagonizan Julián López, Natalia de Molina, Carlos Librado 'Nene' y Miren Ibarguren con la colaboración especial de Paco Tous. La película, cuyo rodaje ha tenido lugar en Sevilla y Cádiz, narra la infiltración de un policía novato con aspecto de pringado y dotes de concertista clásico, en una banda de flamenco-trap contratada en la boda de la hija de un traficante local.

EL GRUPO EXPANDE SU NEGOCIO DE CONTENIDOS A TERCEROS A TRAVÉS DE MEDITERRANEO MEDIASET ESPAÑA GROUP

Más allá de los ingresos por publicidad, el negocio audiovisual de Mediaset España se ha expandido en 2019 a través de la venta, la producción y la distribución de contenidos a terceros, objetivo con el que este año ha operado en los mercados nacionales e internacionales la filial de reciente creación Mediterráneo Mediaset España Group. La compañía, constituida a principios de 2019, está integrada por Telecinco Cinema y las productoras participadas Megamedia, Supersport, El Desmarque, La Fábrica de la Tele, Bulldog, Unicorn Content, Mandarina Producciones, Alma Producciones y Alea Media.

Mediterráneo Mediaset España Group agrupa todo el catálogo de estas compañías y todo su talento en sus variadas formas de creatividad, reforzando la diversidad y la especialización de estas empresas generadoras de contenidos en cine, ficción, entretenimiento y desarrollos digitales multimedia, con la potencia comercial, la visibilidad y la presencia internacional de un grupo líder como Mediaset España, con todo su *know how* en la producción propia.

Se trata de una línea de negocio en clara expansión, que le ha llevado a cerrar acuerdos de distribución de películas y ficción a las plataformas principales, Netflix, Amazon y HBO, logrando un crecimiento de dos dígitos en sus ventas. También ha proporcionado películas y ficción a canales nacionales como Viacom, Trece TV y NBC Universal y formatos a televisiones autonómicas como Telemadrid o la televisión de Castilla la Mancha.

El alto nivel cualitativo de producción del contenido español y la globalización que caracteriza el mercado audiovisual actual hacen que las historias traspasen las fronteras de una manera imparable, lo que está fomentando el aumento del consumo de la oferta de Mediaset España en el mercado internacional.

En este sentido, destacan dos series de géneros muy diferentes: 'Señoras del (h)AMPA' y 'La Verdad'. La comedia negra 'Señoras del (h)AMPA' está proporcionando un gran éxito gracias a su señalado carácter innovador dentro del mercado audiovisual, subrayando en primer lugar su exitoso paso por el evento MIP Drama Summit donde fue galardonada con el premio 'Coup de Coeur', siendo reconocida por compradores de todo el mundo como la serie favorita de entre una selección de 10 productos de ficción. Mediterráneo Mediaset España Group ha cerrado varias preventas de esta serie antes de su estreno en Telecinco, entre ellos con Star (Grecia), RTBF (Bélgica), Amazon Prime Video (España), DirecTV (LatAm), Picomedia (Italia), Globosat (Brasil) y TVNOW, el servicio de streaming de Mediengruppe RTL Deutschland (Alemania).

Los contenidos del género thriller del catálogo de Mediterráneo Mediaset España Group han sido por otra parte, algunos de los que más interés han generado en el mercado internacional este año. En este sentido, se han alcanzado acuerdos de 'La Verdad' en múltiples territorios como Globosat (Brasil), Pro Plus (Eslovenia), DBS (Israel), MBC (Mena), Sony Pictures (Rusia), Tring TV (Albania) y DirecTV (LatAm), sumando ya 105 territorios donde este drama está disponible. El thriller político 'Secretos de Estado' ha sido adquirido además por Planet TV (Eslovenia), MBC Group (MENA), Tring TV (Albania), Claro Video (LatAm y México) y DirecTv (LatAm).

Especialmente relevante en 2019 ha sido también la primera alianza con Amazon Prime Video para el prestreno de una serie de Telecinco, que tras el acuerdo firmado con Mediaset España a través de Mediterráneo, la plataforma tuvo la primera ventana de emisión de la comedia 'El pueblo' en España o la serie 'Caronte', que se estrenará en la plataforma a nivel mundial una vez estrenada en Mediaset España.

Además, en los últimos meses ha destacado la presencia de hasta tres formatos de comedia en Grecia: 'Escenas de Matrimonio', que contará con su séptima temporada en Alpha TV, 'Chiringuito de Pepe', producido localmente por Kapa, y que ha triunfado en Antenna TV y 'La que se avecina', que recientemente el canal SKAI ha estrenado su adaptación griega. En 2019 también ha sido opcionado el formato de 'Señoras del (h)AMPA' con el canal STAR.

'La Que Se Avecina' ha trasladado su éxito en la televisión en abierto en los canales Telecinco y Factoría de Ficción no solo en España, donde también está disponible al día siguiente de su emisión en Telecinco a través de Amazon Prime Video y Comedy Channel, sino también a territorios internacionales como Bulgaria, y Latinoamérica, donde la serie se podrá disfrutar a través de los canales del Grupo Viacom.

Junto al catálogo de las productoras participadas, la sociedad incluye además la venta y distribución de producciones ajenas y la distribución del canal internacional del grupo CincoMAS, que ha consolidado su presencia en Latinoamérica, reforzando su presencia en un total de 16 países, creciendo en los que ya estaba disponible, como en el caso de Argentina, México o Panamá y llegando por primera vez a Bolivia y Uruguay. Ha continuado creciendo además en la plataforma de servicio de televisión en alta mar de GEE, que ya ofrece la señal del canal a más de 40.000 cabinas de cruceros y navíos.

A lo largo de 2019 ha incorporado por primera vez en su parrilla formatos internacionales de la talla de 'Got Talent', 'Donde menos te lo esperas' o 'Me quedo contigo'; y ha continuado con su labor de trasladar al público de Latinoamérica los principales programas de producción propia del grupo, con especial atención a los espacios emitidos en directo como: 'El programa de Ana Rosa', 'Sálvame', o Informativos Telecinco y de las series 'Se quién eres', 'Perdóname señor' y 'Grupo 2: Homicidios', entre otras.

ATLAS, LA AGENCIA DE NOTICIAS AUDIOVISUALES PROPIA Y PARA TERCEROS

ATLAS, la agencia audiovisual de noticias de Mediaset España, un año más ha vuelto a ser el referente en el sector con sus tres principales áreas de negocio: Agencia de noticias, Broadcast Services y Servicios Audiovisuales de Comunicación. La compañía ha crecido especialmente en el mercado digital, siendo el principal proveedor de contenidos informativos en vídeo entre los medios digitales españoles y ahora también con una importante proyección internacional.

En el año 2019 ha cubierto las principales citas con la actualidad, cerrando un exigente ejercicio con una producción superior a las 40.000 noticias al año y más de 16.000 señales en directo.

La Agencia ha dado cobertura a las principales informaciones sobre política, economía, sociedad, sucesos, cultura, actualidad internacional, deportes y actualidad local. Las elecciones generales (en abril y en noviembre), las elecciones municipales, autonómicas y al Parlamento europeo, la crisis institucional en Cataluña con protestas y enfrentamientos callejeros tras la sentencia del *procés*, la exhumación de los restos de Francisco Franco, el rescate de Julen en Totalán, la muerte de Blanca Fernández Ochoa o la marcha del 8M, han sido algunas de las citas en las que ATLAS ha dado una completa cobertura informativa.

Respecto a su proyección internacional, ATLAS ha ampliado su acuerdo de colaboración con Reuters a través de su plataforma de venta de imágenes Connect, lo que ha permitido un especial crecimiento en la venta de imágenes a medios digitales y canales de TV internacionales. The Financial Times, The Guardian, New York Times, 20 Minutes (Francia), Le Figaro, Televisa (México), Canal 13 Chile, RAI (Italia), Expansión (México), TVI (Portugal), Bild (Alemania), Telefé (Argentina), Al Araby Television, Televisión Nacional de Chile, The Real News (USA), Canal 5 (Uruguay), son algunos de los clientes que han adquirido los contenidos de ATLAS a través de esta plataforma.

A la completa oferta de noticias de actualidad, ATLAS añade un valioso servicio de documentación y archivo que recoge noticias de todos los ámbitos desde el año 1991 hasta el presente. Las principales productoras de contenidos han contado con el servicio de archivo para la producción de documentales y series, tales como "El caso Alcàsser" (Netflix), "Bajo sospecha. El acusado", "El Pionero" o "Patria" (HBO).

ATLAS, desde su área de Servicios Broadcast, ha seguido siendo el proveedor de los principales servicios de producción audiovisual tanto en el ámbito de Mediaset España como para clientes externos, llevando a cabo tareas tales como grabación, realización, edición, transmisión en directo, producción de señales en streaming y envíos de imágenes, entre otras, y estando muy presente en las principales citas con la actualidad dentro y fuera de España.

Entre las principales acciones y servicios del año se encuentran la producción en directo de la señal de la Marathon de Madrid o la producción de la señal pool de la celebración del Campeonato Mundial de Baloncesto con más de cuatro horas de emisión en directo para televisiones y medios digitales. Éstas y otras muchas producciones siguen avalando a ATLAS como uno de los más solventes proveedores de servicios de producción, utilizando siempre la mejor tecnología para cada servicio. Televisiones nacionales e internacionales, medios digitales y productoras de contenidos, eligen a ATLAS como partner de servicios técnicos y de producción.

También ha seguido estando presente en importantes eventos de producción como los Premios Fronteras del Conocimiento de la Fundación BBVA, la gran fiesta de la luz de Ferrero Rocher, el Simposium sobre la enfermedad del Chron de Innovara Janssen o el videomapping en la Puerta del Sol de Coca Cola en fin de año.

En cuanto a su papel dentro de Mediaset España, ATLAS continúa trabajando estrechamente con los Informativos de Telecinco, siendo además el principal colaborador para los servicios técnicos y de producción de programas de actualidad y entretenimiento como 'El Programa de Ana Rosa', 'Ya es mediodía', 'Sálvame' o 'Viva la vida', en Telecinco, y 'Cuatro al día', 'Todo es mentira' o 'Cuarto Milenio', en Cuatro.

Además, ATLAS sigue dando soporte a Publiespaña para acciones comerciales y de producción que el área de publicidad de Mediaset España demanda para sus clientes.

También ha experimentado un notable crecimiento el área de servicios de audiovisuales de comunicación de ATLAS, un extenso abanico de servicios dirigidos principalmente a complementar las acciones de comunicación de empresas e instituciones: elaboración y distribución de videocomunicados, producción de videos corporativos, creación y desarrollo de acciones en redes sociales o producción de eventos, son algunos de los servicios más demandados por los clientes de ATLAS en este área. Clientes como Fundación BBVA, Fundación La Caixa, Eroski o la agencia EDT – Endesa, han confiado en ATLAS para sus acciones de comunicación en 2019.

NEGOCIO PUBLICITARIO

La televisión lineal y su combinación con los soportes digitales de Mediaset España, que se han expandido para sumar nuevos perfiles y targets, han vuelto a ser en 2019 la mejor y más eficiente herramienta de comunicación de las campañas de los anunciantes, que han apostado decididamente por ellos en busca de la máxima notoriedad para sus marcas y la afinidad y velocidad para alcanzar amplias coberturas.

El mix de medios lineales y digitales y su elevada segmentación por perfiles y tipologías de espectadores y usuarios han llevado a la compañía a liderar nuevamente el mercado publicitario con una cuota de mercado del 43,4% en 2019, según Infoadex, siendo además el soporte de las campañas más eficaces en términos de recuerdo y notoriedad, aspectos que Publiespaña ha seguido perfeccionando con el lanzamiento de nuevas posibilidades a lo largo del año.

En este contexto, Mediaset España ha encabezado un movimiento de calado en el sector, instando a todos sus agentes y especialmente a Kantar, medidor de las audiencias, a sustituir el obsoleto y estereotipado target 'Amas de casa' por el actual 'Responsable de Compra del Hogar'. Una iniciativa que se ha sumado a otras acciones especiales, como el diseño de campañas especiales 360° para grandes anunciantes, el desarrollo de acciones comerciales ad hoc para terceros y la celebración de distintos eventos para presentar sus novedades publicitarias y seguir de cerca el pulso del sector.

MEDIASET ESPAÑA LOGRA EL CAMBIO DE LA DENOMINACIÓN DEL TARGET AMA DE CASA A RESPONSABLE DE COMPRA DEL HOGAR

En la edición anual de AEDEMO, el gran foro de encuentro del sector publicitario en nuestro país, Mediaset España presentó al mercado a través del claim 'Almas de casa', su decisión de eliminar de la política comercial del grupo el obsoleto estereotipo 'Ama de Casa', invitando a todos los agentes del sector publicitario al uso de un nuevo target denominado 'Responsable de Compra del Hogar' (RCH), mucho más amplio, cualitativo y representativo de la diversidad de los hogares y los tipos de familia actuales.

Una decisión argumentada en el hecho constatable de que el perfil tradicional del 'ama de casa' del siglo XX nada tiene que ver con el del actual responsable de llenar la cesta de la compra en pleno siglo XXI. La evolución económica, social y cultural en las últimas décadas ha propiciado sustanciales cambios en los hogares españoles, con la proliferación de nuevos modelos de familia, y ha generado un cambio trascendental en un target de gran relevancia para los anunciantes, dando paso a un nuevo perfil comprador en el que cuatro de cada diez son hombres y casi el 40% se corresponde con mujeres que trabajan fuera de casa a jornada completa.

Esta nueva realidad social y la composición sociodemográfica del target imponían adecuar el lenguaje y la denominación a un concepto mucho más actual, lejos de connotaciones negativas y sexistas. Por ello, se llevó a cabo una invitación pública a todo el mercado, agencias, anunciantes, institutos de investigación y medidores, a sumarse a esta iniciativa. Además del aplauso general del sector, desde el 1 de abril fue adoptada oficialmente por Kantar.

LA POLÍTICA COMERCIAL CON MAYOR NOTORIEDAD DE LA HISTORIA

Publiespaña ha mantenido a lo largo del año un contacto muy directo con el sector a través de la celebración de distintos encuentros para presentar sus novedades comerciales y hacer públicos los resultados de distintos estudios con conclusiones de relevancia para el mercado en torno a la eficiencia y el potencial de comunicación de la televisión.

Coincidiendo con el arranque de la temporada 2019/2020 y con el claim 'Siempre en movimiento', Mediaset España presentó la política comercial con mayor notoriedad de su historia en un evento que reunió a más de 400 representantes de los principales anunciantes y agencias de medios del país; más de 60 miembros de su plantel de presentadores, actores y colaboradores; y al equipo comercial de la compañía, con Paolo Vasile y Quico Alum -director general de Publiespaña- como anfitriones.

Entre las novedades dirigidas a ampliar el catálogo de productos exclusivos y cualitativos para la televisión lineal, destacó la iniciativa 'Super 360', un bloque con un único spot en prime time y en simulcast con el formato pre roll en Smart TV, diseñado para reforzar su exitoso 'Módulo Notoriedad', lanzado a principios de año como un novedoso paquete con más de 100 bloques semanales de dos y cuatro minutos de duración a lo largo de todo el día en todos sus canales de televisión (excepto Boing). Pocas semanas después de su anuncio, más de 50 marcas de ocho grandes grupos ya apostaban por esta fórmula, capaz de triplicar la notoriedad respecto al promedio de la televisión.

Además, la compañía presentó los nuevos soportes de su universo digital brand safety, que garantiza a las marcas su vinculación a un entorno seguro, regulado, profesional y con una medición transparente y auditada: Uppers, medio digital dirigido a mayores de 45 años, uno de los perfiles más demandados por los anunciantes; el diario digital NIUS o el portal deportivo El Desmarque.

ESTUDIOS E INVESTIGACIONES DE RELEVANCIA PARA EL SECTOR

En noviembre, Mediaset España reunió en un encuentro sectorial a las principales agencias de medios y anunciantes del sector de la Automoción de nuestro país para presentar los resultados de dos estudios elaborados por PwC y GFK sobre la aportación clave de la televisión a las ventas y los cambios tanto en el perfil del comprador, con la mujer ganando terreno en los últimos 30 años, como en la decisión de compra, cada vez más consensuada.

Publiespaña anunció que casi tres de cada cuatro ventas de coches en España vinculadas a la publicidad son generadas por el impacto televisivo, evidenciando el efecto directo en el crecimiento del negocio en este sector en función del nivel de inversión llevado a cabo en televisión. En lo que respecta al perfil del consumidor, destacó la cada vez mayor presencia de la mujer, que ha experimentado un paulatino y constante crecimiento respecto al hombre hasta lograr reducir la distancia entre ambos géneros en un 24% desde 1990.

Previamente, en mayo reunió de nuevo al sector en un doble evento celebrado en Madrid y Barcelona para presentar una investigación pionera elaborada por Ebiquity, consultora independiente de Marketing y Medios, según la cual el 95% de las ventas derivadas de la publicidad entre los Responsables de Compra del Hogar se logran a través del impacto y la notoriedad que las marcas logran en la televisión.

El estudio, que analizó el impacto de los diferentes medios sobre las marcas de Alimentación y Bebidas, concluyó además que, en términos de retorno de la inversión total, la televisión triplica a los entornos digitales en su conjunto.

UNA OFERTA COMERCIAL A LA ALTURA DEL EVENTO DEPORTIVO MÁS IMPORTANTE DE LA TELEVISIÓN EN ABIERTO

Aprovechando la cercanía de la celebración de la Copa del Mundo de Baloncesto de China, el evento deportivo más importante del año de la televisión en abierto emitido íntegramente por Mediaset España, Publiespaña volvió a reunir al sector para presentar sus novedades comerciales en torno al torneo, en el que la Selección Española se proclamó campeona del mundo en el partido de baloncesto más visto de la historia de nuestro país.

El campeonato se convirtió en una gran ventana comercial capaz de garantizar a las marcas máximos niveles de recuerdo y notoriedad y la mejor opción para alcanzar las mayores coberturas en el menor tiempo posible, gracias a una oferta de más de 200 bloques cualitativos con capacidad para acoger más de 400 spots y la posibilidad de vincularse a toda la cita mundialista a través de sus emisiones en la televisión lineal y en soportes digitales.

Como es habitual, Publiespaña ha prestado especial atención a la política comercial de su canal infantil, Boing, con una oferta diferenciada del resto de sus soportes para el último trimestre del año, periodo de elevado consumo televisivo y demanda comercial. En tres multitudinarios encuentros con anunciantes y agencias de medios celebrados en Valencia, Madrid y Barcelona, Boing apostó por la integración de sus medios lineales y digitales y por el lanzamiento de nuevos formatos para la prescripción de productos, garantizando a las marcas complementariedad para sus campañas en entornos de absoluta seguridad y confianza.

Así, el canal infantil líder de las televisiones comerciales presentó el módulo exclusivo Extended TV 360°, capaz de ampliar la cobertura de las campañas a través de una planificación ad hoc en televisión y en la app de Boing, optimizando el consumo complementario que registran ambos soportes.

CAMPAÑA DIGITAL DE BRANDED CONTENT EXCLUSIVA

En lo que respecta al diseño y desarrollo de eventos y acciones comerciales para terceros, ha destacado especialmente 'Guru of Spirits', campaña de branded content para soportes digitales producida por Mediaset España en exclusiva para FEBE (Federación Española de Bebidas Espirituosas) con el objetivo de poner en valor y difundir el milenario proceso de elaboración de las bebidas espirituosas, ligadas a un origen agrícola y a una materia prima seleccionada y de calidad.

Para comunicar las cualidades de sus más de 120 marcas y de transmitir una experiencia de valor a sus potenciales consumidores, FEBE apostó por los soportes digitales y el área de Branded Content de la compañía para generar un contenido muy exclusivo y de calidad, integrado por cuatro piezas protagonizadas por Jesús Calleja, Carme Chaparro, Sandra Barneda y Boris Izaguirre, y dos documentales: uno encabezado por los hermanos Mario y Rafael Sandoval; y un segundo en el que el protagonismo recayó en la pintora e ilustradora Paula Bonet, y el bartender y empresario Javier de las Muelas.

LOS MAYORES NIVELES DE PRESENCIA Y NOTORIEDAD DE LA TELEVISIÓN PARA GRANDES ANUNCIANTES

Mediaset España también ha acogido a lo largo del año grandes campañas 360° protagonizadas por grandes anunciantes, que se han asegurado los mayores niveles de presencia, prescripción, recuerdo y notoriedad de la televisión hoy día.

En este sentido, Mediaset España y el grupo alimentario Argal unieron sus fuerzas para lanzar #GenteQueAmaLoQueHace, una potente campaña crossmedia con la mayor presencia y prescripción en pantalla posible en televisión, además de acciones y contenidos creados ad hoc en soportes digitales y apoyo en redes sociales. Con Tania Llasera como embajadora, esta acción diseñada por la Dirección de Iniciativas Especiales de Publiespaña difundió los valores clave de la marca a través de una iniciativa dirigida a distinguir a las personas que sienten pasión por su trabajo con un concurso con 14 becas valoradas en 100.000€.

La campaña contó con amplia presencia a través de telepromociones y sobreimpresiones en 10 programas de producción propia de Telecinco y Cuatro, de distintos géneros -magazines, concursos, informativos, talent shows, reality shows y date shows-, en todas las franjas horarias y dirigidos a diferentes targets, garantizando al cliente una cobertura total. Un hito únicamente posible en Mediaset España gracias a su histórica apuesta por la producción propia y directos, especialmente en su canal principal, Telecinco. Con presencia también en los principales sites y redes sociales de la compañía, #GenteQueAmaLoQueHace contó también con la participación de varios de los rostros más emblemáticos de Mediaset España, como Christian Gálvez, Carlota Corredera, Joaquín Prat, Emma García, Carme Chaparro, Santi Millán y Carlos Sobera.

Otra de las grandes campañas de 2019, convertida ya en un clásico de fin de año en Mediaset España, fue llevada a cabo de la mano de Ferrero Rocher para celebrar los 30 años de presencia de la marca en nuestro país. Con el claim '30 años de luz juntos' y con Jesús Vázquez como gran embajador, la acción diseñada por Publiespaña para televisión y soportes digitales sirvió para poner el broche de oro a 'Envuelve de luz tu pueblo', la tradicional campaña navideña de Ferrero Rocher para la compañía en los últimos años, que ha distinguido a cinco de los municipios más bellos con una espectacular iluminación de Navidad. En esta ocasión, la acción concluyó con la elección del municipio desde el que los canales del grupo emitieron las tradicionales Campanadas de Fin de Año.

LOS SPOTS DIGITALES DE MEDIASET ESPAÑA, LOS MÁS NOTORIOS DEL MERCADO

Mediaset España no solo es desde hace años la 'televisión de la notoriedad' en sus emisiones lineales, sino que ha sido reconocida en 2019 como el medio audiovisual de referencia en el entorno digital en términos de recuerdo comercial. Así lo ha refrendado un amplio estudio de investigación de Kantar Insight Division para Publiespaña sobre eficacia publicitaria online, que ha revelado que los spots alojados en sus soportes digitales alcanzan la máxima notoriedad publicitaria del mercado, duplicando los registros obtenidos por el resto medios de comunicación, plataformas de vídeo y redes sociales.

OTRAS LÍNEAS DE NEGOCIO

DIVISIÓN COMERCIAL EDITORIAL: INGRESOS MÁS ALLÁ DE LA TELEVISIÓN Y DE LA PUBLICIDAD

La División Comercial Editorial ha vivido en 2019 una importante reorganización de sus actividades para adaptarse a la creación de la empresa Mediterráneo Mediaset España Group, que asume toda la gestión de derechos sobre los contenidos de Mediaset España, y la venta de contenidos en otras plataformas, operadores y territorios.

Lo que no ha cambiado es que sigue manteniendo su ADN, que no es otro que la generación de ingresos diferentes a los publicitarios, y no siempre dependientes del medio televisión, respondiendo a la realidad multicadena y multisoporte en la que se desenvuelve el día a día de Mediaset España. Así, en 2019, el excelente resultado de la División se ha cimentado sobre cuatro grandes áreas de trabajo: los eventos; la música y su negocio editorial musical; la monetización de sus marcas mediante merchandising, licencias y productos derivados y la intereactividad con la audiencia mediante votaciones, concursos y castings.

EVENTOS

Uno de los ejes del crecimiento de la División Comercial Editorial en el año 2019 han sido los eventos: su organización para terceros, asociándolos a "marcas Mediaset"; poniendo en valor los enormes activos en tecnología, producción y talento creativo; y la colaboración con grandes eventos ajenos a Mediaset España.

Mediaset España se está convirtiendo así en un agente muy activo y relevante de la industria del ocio y el entretenimiento. No sólo por el apoyo en forma de comunicación que se presta desde hace décadas a la industria del entretenimiento, sino también por los eventos que, cada vez más, se crean con las marcas del grupo.

En este sentido, en septiembre de 2019 se puso en marcha la primera edición del 'Boing Fest', un gran evento que reunió a cerca de 30.000 fans del canal infantil y que contó con la activación de importantes marcas.

La marca 'Cuarto Milenio' sigue traspasando las fronteras de la televisión para generar atractivas experiencias, como la exposición/experiencia 'Una historia de miedo' y 'Milenio Live en Directo', este último reuniendo a 2.000 asistentes en el Palacio de Congresos de IFEMA.

La creación de eventos para terceros en las instalaciones de Mediaset España, se ha impulsado con la organización, en los platós de la casa, convenciones de empresas, presentaciones de producto, cursos de formación o reuniones comerciales. Con esta nueva línea de negocio se ofrecen eventos llave en mano, con toda la organización personalizada, desde la producción técnica y audiovisual, hasta la escenografía y ambientación, pasando por el catering y la seguridad. Y poniendo además en valor uno de los puntos fuertes de Mediaset España: la tecnología y los enlaces con otras sedes internacionales de estas compañías. Otro valor referencial y exclusivo de la propuesta es ofrecer y contar con los rostros de las principales cadenas.

Por último, ha sido muy relevante este último año la colaboración con grandes eventos, desarrollando alianzas comerciales y de contenidos muy eficaces. Así, desde Mediaset España se ha construido un importante proyecto de comunicación para IFEMA y su Merceces Benz Fashion Week. También se ha colaborado con el festival Love the Tuentis, creando los programas de televisión Love the Tuentis TV, emitidos en Telecinco. También como socios de la Exposición 'Leonardo, los rostros del genio', que visitaron más de 150.000 personas; y, la participación en el lanzamiento e implantación en España de Puy du Fou, una de las marcas de entretenimiento más potentes de Francia.

Asimismo, en 2019 se ha iniciado una importante colaboración con MAPOMA para producir conjuntamente contenidos y optimizar las posibilidades publicitarias de sus eventos. Y mención especial merece el Concert Music Festival, del que Mediaset España es mediapartner, que con tan solo dos ediciones de vida, ya ha sido galardonado con el prestigioso Premio Ondas 2019 al Mejor Festival.

ENTRETENIMIENTO, MÚSICA Y NEGOCIO EDITORIAL MUSICAL

Tres son los ámbitos en los que se trabaja esta línea de negocio: por una parte, el impulso a través de la editorial de música propia, tan íntimamente conectada al día a día de los contenidos, puesto que ambienta y dota de música de calidad y de personalidad propia a series, programas y películas; en segundo lugar, la gestión de la música comercial desarrollada junto con la industria discográfica; y por último, la comunicación y promoción de eventos musicales, teatrales, espectáculos y exposiciones.

Respecto al primer ámbito, Grupo Editorial Telecinco ha continuado en 2019 su política clara de transparencia en las relaciones con músicos, compositores y entidades de gestión, así como su inequívoco apoyo al talento local mediante la apertura de nuestros espacios a la pluralidad de artistas y estilos. Se ha culminado en 2019 un complejo y ambicioso proyecto tecnológico de catalogación que está permitiendo un acceso más ágil de toda la música puesta a disposición de programas y productoras; un mayor y mejor nivel de servicio hacia los músicos y compositores en su relación con la editorial del grupo; una gestión pionera en el intercambio de información y documentación con la SGAE y otras entidades de gestión de derechos nacionales e internacionales; y una óptima difusión de esta música y autores en todos los medios y soportes y las principales las plataformas digitales de Mediaset España. El catálogo crece en cantidad, calidad y pluralidad, incorporando más de 2.000 obras nuevas, de casi 300 autores, de los cuales un centenar se han incorporado en este año. El conocimiento de este repertorio permite ofrecer temas especializados y creaciones ad hoc que enriquecen sustancialmente las producciones. La nueva herramienta ('GET Your Music') permite conocer además la manera en que se está utilizando y poner músicas a disposición de las producciones en tiempo real.

La venta internacional de los programas lleva aparejada nuestro sello propio musical, es decir, formatos que en inicio llevaban músicas ajenas al repertorio propio, son ahora producciones 100% de GET.

En el segundo ámbito, un año más, Mediaset España es el grupo de comunicación favorito por las cuatro grandes discográficas (Universal Music, Sony Music, Warner Music y Concert Music) para promocionar sus novedades y lanzamientos más importantes. Desde los diferentes formatos de comunicación, se han cerrado acuerdos para la promoción de los artistas y discos más importantes del año: Ed Sheeran, El Barrio, Manuel Carrasco, Bertín Osborne, Mónica Naranjo, Antonio José, Beret, Ara Malikian, Aitana, Tequila, Vanesa Martín, Fangoria y un larguísimo etcétera.

Fruto de esta estrecha colaboración con la industria musical es la nueva cabecera del programa 'Viva la vida', compuesta e interpretada por Carlos Baute, en una alianza con Warner Music. De igual manera, en este caso con Sony Music, el grupo Dvicio fue el responsable de 'Palma con Palma' el tema que vertebró las autopromociones en el Campeonato del Mundo de Baloncesto; y por último, Lola Índigo, artista de Universal Music, puso voz y música a 'El humo', tema central de la película de Telecinco Cinema 'Lo dejo cuando quiera'.

Por último, en tercer lugar, hay que destacar un apartado específico sobre la colaboración que se hace desde Mediaset España con promotores musicales, de exposiciones y de teatro para dar a conocer sus conciertos, giras, festivales, obras y exposiciones.

Así, Taquilla Mediaset ha cerrado en 2019 un año récord de visibilización de eventos, colaborando con las giras de los artistas nacionales más importantes (El Barrio, Izal, Vanesa Martín, Raphael, Alejandro Sanz, Estopa, Aitana, Mónica Naranjo y Operación Triunfo) y los festivales de referencia (Love the 90s, Love the Tuentis, BBF, Concert Music Festival, Río Babel, Sonorama...). Y Butaca Reservada es ya, apenas dos años después de su lanzamiento, el formato de referencia para la industria del teatro y los musicales con títulos como El Médico, Anastasia, El Jovencito Frankenstein o Perfectos Desconocidos y otros shows y eventos como el Circo del Sol o Circo Alegría. Además, cuatro de las mayores exposiciones celebradas en nuestro país en 2019 ('Juego de Tronos', 'Pink Floyd', 'Parque Jurásico' y 'Harry Potter') han contado con comunicación en nuestros medios y soportes, al igual que algunos de los eventos infantiles más importantes, como 'Cantajuegos' o 'Annie'.

MERCHANDISING, LICENCIAS Y PRODUCTOS DERIVADOS

Los contenidos son la esencia de Mediaset España, y una de las tareas en esta área de negocio consiste en trasladar los valores, audiencia y enorme repercusión social de las "marcas Mediaset" (programas, cadenas y presentadores) a productos y servicios, de una manera cuidada y coherente. Revistas, juguetes, videojuegos, exposiciones, discos, dvd, eventos, conciertos, menaje y decoración del hogar, libros, app, juegos de mesa, productos de alimentación, electrodomésticos, son algunos de ellos.

También la creación de contenidos que den pie a la generación de ingresos. La creación de la agenda 'Mil Palabras & +', creada en 2017, es uno de los ejemplos de mayor éxito al haberse consolidado como el gran escaparate de los lanzamientos editoriales en España.

En el sector del ocio y los viajes, se ha creado 'Planes Cuatro' que cuenta como socio de eCommerce a Destinia. En esta misma línea, a principios de 2019 estrenó 'Mejor Llama a Kiko', novedoso programa comercial presentado por uno de los colaboradores míticos del programa 'Sálvame', Kiko Hernández, desarrollado en alianza con Club Internacional del Libro, que ha renovado completamente la narrativa y el lenguaje propios de la televenta. Y a finales de 2019 se lanzó el proyecto 'Alma Divinity', marca de moda vinculada al canal femenino del grupo, que contará a lo largo de 2020 con tiendas físicas y el eCommerce www.almadivinity.com.

INTERACTIVIDAD CON LA AUDIENCIA: VOTACIONES, CONCURSOS Y CASTINGS

2019 ha sido un año lleno de éxitos para la interactividad en Mediaset España a partir de los concursos, las votaciones que deciden el futuro de los realities y los talents y los castings para participar en los distintos programas.

Así, el público ha demostrado que disfruta interactuando con sus programas preferidos: un millón de espectadores distintos han participado, al menos una vez en 2019, en alguna de las votaciones, castings y concursos de Mediaset España, especialmente en los que la audiencia participa en el sorteo de atractivos premios económicos. Estas acciones conectan emocionalmente a la compañía con las ilusiones de muchos cientos de miles de espectadores, y se desarrollan siempre con el máximo respeto a la audiencia y a la línea narrativa de los programas, integrándose como un contenido más de los mismos. La creatividad de los concursos trata de involucrar y enganchar a la audiencia a través de mecanismos de participación claros, concisos y amables.

PREMIOS RECIBIDOS POR MEDIASET ESPAÑA EN 2019

- Premio Cygnus de la Asociación de Cine Solidario y la Universidad de Alcalá de Henares, a Belén Rueda por "El Cuaderno de Sara"
- Premio de Radio y Televisión de la Fundación Gala a:
  - 'Pasapalabra" como Mejor Programa de Ámbito Cultural
  - Christian Gálvez como Mejor Presentador de Programa Educativo
  - Carlos Sobera como Mejor Presentador en Programas de Entretenimiento y Cultura
  - "First Dates", Premio al Mejor Programa de Entretenimiento Televisivo
- Premio Lideresa Poder de Género a Ana Rosa Quintana, por liderar las audiencias de televisión en su franja desde hace años y compaginar con éxito, su faceta de presentadora con la de empresaria y madre de tres hijos
- Premio Coup de Coeur en el MIP Drama Buyers Summit de Cannes a 'Señoras del (H)AMPA'
- Premio Salvador de Madariaga en la categoría de televisión a Ana Núñez-Milara, corresponsal de Telecinco en Bruselas por su "esfuerzo diario en comunicar Europa y las decisiones más complejas en un medio generalista con espacio limitado para la información internacional"
- Premio del Club Internacional de la Prensa a Ana Rosa Quintana por su trayectoria profesional
- Premio de Honor en el Publifestival, a la Trayectoria de '12 meses'
- Premio Antena de Plata 2019 a:
  - Roberto Arce
  - Matías Prats Chacón
- Premios AquíTV a
  - Pablo Chiapella como Mejor Actor
  - Myriam Gallego como Mejor Actriz
  - 'El programa de Ana Rosa' como Mejor Magazine
  - María Patiño como Mejor Presentadora
  - 'La que se avecina' como Mejor Serie
  - 'Todo es mentira' como Mejor Programa de Actualidad
  - Divinity como Mejor Cadena de TDT
  - 'Cazamariposas' como Mejor Programa de la TDT
- Premio Mujer Sesderma a Ana Rosa Quintana, por su trayectoria en Comunicación
- Premio Ondas a la Mejor Presentadora de Televisión a Alejandra Andrade por su programa 'Fuera de cobertura' en Cuatro
- Premio Antena de Oro a
  - Isabel Jiménez
  - Jesús Calleja
- Premio de la Federación Nacional de Enfermos y Trasplantados Hepáticos en su 15 aniversario a la campaña de '12 meses' 'Eres perfecto para otros'
- German Design Award a 'La tribu del corazón' en la categoría de Mejor Campaña Integrada y Publicidad
- Premio Fundación Querer a Ana Rosa Quintana en la categoría de Personaje Empatía y a Joaquín Prat en la de Héroe
- Premio Iris del Jurado entregado por la Academia de Televisión a Toñi Moreno, "*por su profesionalidad y cercanía en su trabajo delante de la cámara, por traspasar la pantalla y conectar de forma especial con la audiencia en los diversos formatos que ha conducido en la televisión nacional y autonómica a lo largo de su trayectoria*".
- Premio Salud Mental 2019 otorgado por la Federación Salud Mental de Castilla y León a la campaña 'No te hagas el loco' de 12 Meses, por "dar visibilidad a la salud mental desde un enfoque positivo y romper con los estereotipos, tabúes y estigmas de los problemas de salud mental, sensibilizando y concienciando a toda la sociedad de que la salud mental es un asunto de todos y todas"
- Premios Nacionales Mujer 2019 de la Federación de la Mujer Rural a Abril Zamora, Directora y Guionista de la serie "Señoras del (h) AMPA" y a las actrices protagonistas, Malena Alterio, Mamen Garcia, Toni Acosta y Nuria Herrero, por su brillante trabajo al frente de la ficción de Mediaset España
- Premio de la Agencia Española de Protección de Datos a Mediaset España por su campaña sobre el Reglamento General de Protección de Datos, reconociendo la iniciativa dirigida a espectadores y trabajadores de la compañía
- Premio al Gobierno Corporativo y Diversidad de Género de la Fundación Woman Forward a Mediaset España en la categoría de Medios y Profesionales de la Comunicación, por su gran apuesta por un nuevo escenario audiovisual marcado por la internacionalización de los contenidos audiovisuales españoles y la expansión de las nuevas plataformas de distribución

DESEMPEÑO ECONÓMICO-FINANCIERO

A continuación, se presentan las principales magnitudes económico-financieras del Grupo Mediaset España, si bien toda la información económico-financiera se encuentra debidamente detallada en las Cuentas Anuales Consolidadas e Individuales de los períodos correspondientes.

Estados de situación financiera consolidada (miles de euros)

	2017	2018	2019
Activo Corriente	408.225	420.955	424.393
Activo No Corriente	826.771	775.214	998.753
Total Activo	**1.234.996**	**1.196.169**	**1.423.146**
Patrimonio Neto	900.077	904.805	915.754
Pasivo Corriente	302.482	254.098	271.298
Pasivo No Corriente	32.437	37.266	236.094
Total Pasivo	**1.234.996**	**1.196.169**	**1.423.146**

Resumen de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada (miles de euros)

	2017	2018	2019
Total ingresos netos de explotación	996.257	981.564	946.241
Costes operativos	750.917	724.672	681.347
Resultado operativo	245.340	256.892	264.894
Resultado antes de impuestos y minoritarios	247.408	265.606	270.609
Resultado neto grupo[1]	**197.496**	**200.326**	**211.713**

1. Atribuible a los accionistas de la sociedad dominante

Ingresos y gastos de explotación (miles de euros)

Ingresos	**2017**	**2018**	**2019**
Ingresos publicitarios del Grupo	928.695	919.280	869.536
Otros Ingresos publicitarios	3.182	5.714	10.599
Prestación de servicios	47.368	41.226	53.418
Otros	6.404	8.257	5.448
Otros Ingresos de explotación	10.608	7.087	7.240
Total	**996.257**	**981.564**	**946.241**

Gastos de explotación	**2017**	**2018**	**2019**
Reducción de productos terminados y en curso	692	(4.168)	(3.102)
Aprovisionamientos	229.660	250.986	208.476
Gastos de personal	105.646	107.824	121.543
Consumo de derechos audiovisuales	186.849	153.086	135.851
Dotaciones amortización	18.659	19.916	20.278
Variación provisión circulante	(1.748)	(2.815)	(1.180)
Otros gastos	211.159	199.843	199.481
Total gastos de explotación	**750.917**	**724.672**	**681.347**

Para más información, consultar la web corporativa

TRANSPARENCIA FISCAL

La estrategia fiscal del Grupo Mediaset España 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.

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA Y ESTRATEGIA FISCAL DEL GRUPO MEDIASET ESPAÑA

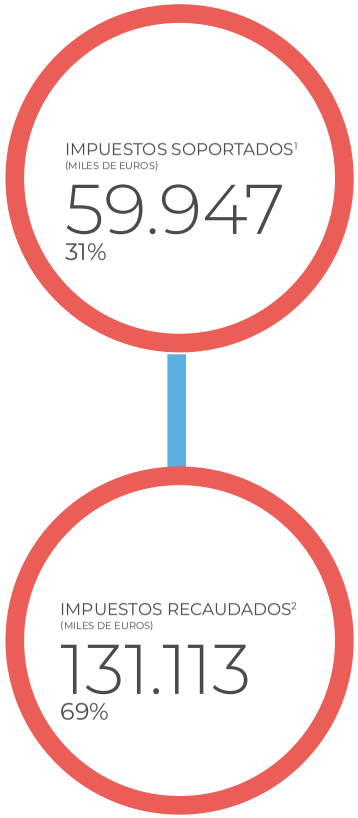
- Cumplimiento estricto de la normativa tributaria aplicable
- Cumplimiento de la obligación de satisfacer los tributos correspondientes
- Colaboración con la Administración Tributaria
- Transparencia en la comunicación sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias aplicables.
- Compromiso de 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 pagados por el Grupo Mediaset España (miles de euros)

Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	90.988
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA - País Vasco)	20,07
I.G.I.C (CANARIAS)-I.P.S.I (CEUTA Y MELILLA)	18,10
Impuesto sobre la Renta de No Residentes	9.722,96
IRPF Rendimientos Procedentes de Arrendamientos	2
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	27.585
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	58
IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario	2.718
Tasa Residuos Sólidos Urbanos	44)
Tasa Entrada Vehículos	12
Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)	365
Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	764
Aportación Financiación RTVE	23.045
Tasa CNMV	51
Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	102
Pagos a cuenta Impuesto sobre Sociedades	40.665
Impuesto sobre Sociedades	-5.102
CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA TOTAL EN ESPAÑA EJERCICIO 2019	**191.059**

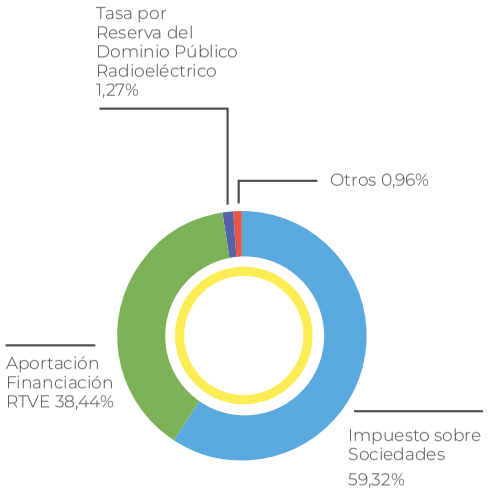
(1) Impuestos soportados: Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico; Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI); Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE); Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA); IGIC Canarias e IPSI Ceuta y Melilla; Impuesto sobre Sociedades; Tasa Residuos Sólidos Urbanos; Tasa Entrada Vehículos (Vados); Aportación Financiación RTVE; Tasa CNMV.

(2) Impuestos recaudados: 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).



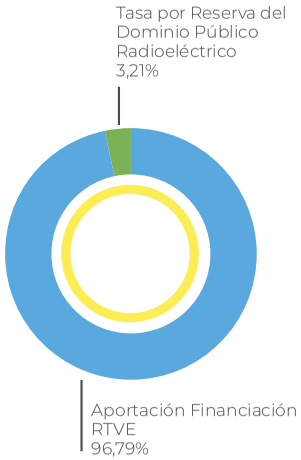
IMPUESTOS SOPORTADOS POR EL GRUPO MEDIASET ESPAÑA 2019

Los impuestos soportados por el Grupo Mediaset España en 2019 ascendieron a casi 60 millones de euros, donde más del 59% correspondió al Impuesto sobre Sociedades y más del 38% a la Aportación a la Financiación de Radio y Televisión Española (RTVE).



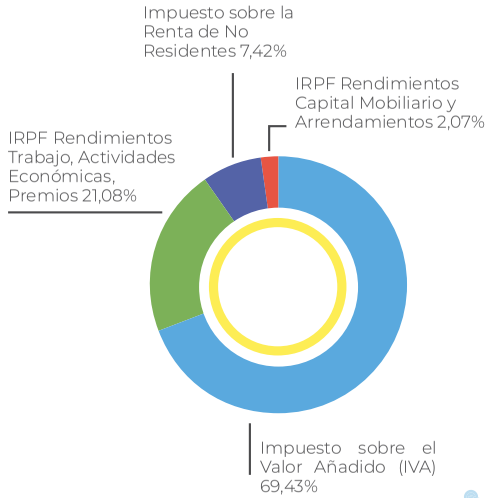
IMPUESTOS/ TASAS ESPECÍFICAS DE LA ACTIVIDAD DE NEGOCIO

Las tasas o impuestos de actividades específicas soportadas en 2019 superaron los 23 millones de euros, donde casi el 97% correspondió a la aportación a la financiación de RTVE.



IMPUESTOS RECAUDADOS

Los impuestos recaudados por el Grupo Mediaset España durante el ejercicio 2019 superaron los 131 millones de euros, donde más del 69% de la contribución tributaria correspondió al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el 21% al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por Rendimientos del Trabajo, Actividades Económicas y Premios.



CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA DEL GRUPO MEDIASET RESPECTO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS 2019

El 20% de la cifra de negocio del Grupo Mediaset se destina al pago de impuestos, de los cuales el 6% corresponde a los impuestos soportados y un 14% son impuestos recaudados.

RATIO DE CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA TOTAL 2019

En el ejercicio 2019, el ratio de Contribución Tributaria Total del Grupo Mediaset en España ha ascendido a 22%. Es decir, del total de beneficio consolidado antes de impuestos, los impuestos soportados representan el 22%.

CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS E IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (MILES DE EUROS)

	2019
Resultado Consolidado Contable antes de Impuestos	270.609
Ajustes de consolidación	-19.459
Diferencias permanentes	10.096
Diferencias temporarias	-13.916
Base imponibles (resultado fiscal)	**247.330**
Base imponible	247.330
Cuota íntegra (25%)	61.833
Compensación bases imponibles negativas	-15.458
Deducciones y bonificaciones	-11.921
Retenciones	-39.718
Impuesto sobre Sociedades a devolver	**(5.265)**

TASA IMPOSITIVA EFECTIVA
21%

TASA IMPOSITIVA NOMINAL
25%

Nota: la tasa impositiva efectiva difiere de la tasa impositiva nominal debido a las deducciones por producción audiovisual.

Subvenciones recibidas en 2019 (miles de euros)

AYUDAS RECIBIDAS POR PARTE DEL INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES, PARA LA ACTIVIDAD DE COPRODUCCIÓN CINEMATOGRÁFICA
0

OTRAS AYUDAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS
76 [1]

AYUDAS RECIBIDAS DE FUENTES NO GUBERNAMENTALES
0

(1) Corresponde a las bonificaciones por los planes de formación continua de la Fundación Tripartita.

BASES IMPONIBLES NEGATIVAS (MILES DE EUROS)

CONECTA5
5.690

MEDIACINCO CARTERA
28.995

NETSONIC
1.167

OTROS DATOS DE INTERÉS

PORCENTAJE QUE REPRESENTAN LAS COMPRAS INTRAGRUPO EN EL TOTAL DE COMPRAS

11,7%

COSTE FINANCIERO DE LA DEUDA

0

ENDEUDAMIENTO EXTERNO TOTAL

0

PORCENTAJE DE DEUDA INTRAGRUPO RESPECTO DEL ENDEUDAMIENTO TOTAL

0

CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA FUERA DE TERRITORIO ESPAÑOL

La contribución tributaria del Grupo Mediaset España fuera de territorio español se circunscribe a las retenciones del ImpuestoImpuesto sobre la renta de no residentes (IRNR, Mediaset España, Telecinco Cinema, Netsonic y Producciones Mediterráneo) y de la tributación en cada país de las filiales del Grupo Netsonic.[1]

La contribución de las sociedades de este Grupo en los países donde operan están, en su gran mayoría, relacionadas con el volumen de operaciones corrientes. En 2019 no se han pagado Impuestos sobre Sociedades debido a que los resultados han sido pérdidas en el ejercicio, o en caso de haberse producido beneficios, éstos se han compensado con pérdidas de ejercicios anteriores.

(1) Grupo Netsonic compuesto por las filiales en Colombia, México, EE.UU y Perú.

Impuestos pagados en 2019 por sociedades del Grupo domiciliadas en territorio extranjero

Sociedad	País	Impuesto	Equivalente €
Netsonic SAS	COLOMBIA	IVA	48.425
Netsonic SAC	PERÚ	IVA	1.113
Netsonic Corporation	EEUU	Impuestos locales	104
Netsonic S. de. R. L. de C.V.	MÉJICO	IVA	543
TOTAL			**50.185**

Impuestos pagados fuera de España por sociedades del Grupo domiciliadas en territorio español

Sociedad	País	Impuesto	Equivalente €
NETSONIC	ECUADOR	Retenciones sobre cobros	4.640
TELECINCO CINEMA	HONG KONG	Retenciones sobre cobros	888
	PORTUGAL	Retenciones sobre cobros	250
	ITALIA	Retenciones sobre cobros	5.760
	FRANCIA	Retenciones sobre cobros	9.246
MEDITERRÁNEO	BRASIL	Retenciones sobre cobros	3.579
	ALEMANIA	Retenciones sobre cobros	6.134
	FRANCIA	Retenciones sobre cobros	12.121
	REINO UNIDO	Retenciones sobre cobros	10.292
	ISRAEL	Retenciones sobre cobros	3.481
	ITALIA	Retenciones sobre cobros	1.680
	ESLOVENIA	Retenciones sobre cobros	640
	UCRANIA	Retenciones sobre cobros	510
	EEUU	Retenciones sobre cobros	2.271
MEDIASET ESPAÑA	AUSTRALIA	Retenciones sobre cobros	75
	CHILE	Retenciones sobre cobros	177
	ALEMANIA	Retenciones sobre cobros	158
	ECUADOR	Retenciones sobre cobros	24
	FRANCIA	Retenciones sobre cobros	2.500
	GRECIA	Retenciones sobre cobros	6.374
	ISRAEL	Retenciones sobre cobros	860
	ITALIA	Retenciones sobre cobros	187.360
	MACEDONIA	Retenciones sobre cobros	236
	MÉJICO	Retenciones sobre cobros	4.714
	PERÚ	Retenciones sobre cobros	40
	PARAGUAY	Retenciones sobre cobros	16
	EEUU	Retenciones sobre cobros	26.263
TOTAL			**290.290**

VALOR PARA LOS ACCIONISTAS E INVERSORES

2019 ha sido otro año intenso en el entorno bursátil. A nivel local la desaceleración en la tasa de crecimiento del Producto Interior Bruto doméstico y la incertidumbre política lastró las expectativas de los inversores. A nivel internacional, el escenario geopolítco, así como las tensiones comerciales surgidas entre Estados Unidos y China, tampoco favorecieron la existencia de un entorno macroecnómico estable. A nivel sectorial, se le sumó el desafío que, a juicio de la comunidad inversora, representan las nuevas plataformas en los hábitos de consumo de los telespectadores, que están provocando un descenso del consumo de la televisión lineal en los últimos años. Este escenario hizo que los sectores considerados cíclicos siguieran reajustando, como ya ocurrió en 2018, su peso en las carteras de los gestores, los que consideraban que las opciones de inversión y los retornos esperados eran más interesantes en otro tipo de compañías, menos ligadas al ciclo económico y con la presencia de desafíos de menor entidad que a los que actualmente se enfrenta, a juicio de los analistas, las televisiones en abierto.

Por su parte, la progresiva implementación de la normativa Mifid II ha seguido cambiando la forma de relacionarse entre inversores, analistas y compañías cotizadas. Algunas casas de análisis se han replanteado el tamaño de sus equipos y el número de emisores a los que se les podía dar seguimiento, lo que ha hecho que, tanto Mediaset España como compañías de tamaño similar, hayan visto cómo se retiraba parte de las coberturas activas de las que disponían hasta entonces. Adicionalmente, el anuncio de fusión entre Mediaset España y Mediaset SpA para la creación de una nueva compañía de medios de carácter paneuropeo, Media For Europe (MFE), introdujo un elemento clave corporativo en la operativa de comunicación del Departamento de Relaciones con Inversores. Tras el anuncio de la operación, en Junio de 2019 y tras el devenir de los acontecimientos, con disputas legales que introdujeron incertidumbre respecto a la ejecución de la misma, el foco de los inversores se centró más en aspectos de tipo normativo y legal, que sobre los datos operativos de la compañía.

A nivel bursátil, el año 2019 presentó subidas generalizadas, aunque cabe señalar que el IBEX 35 se mantuvo rezagado frente al resto de índices europeos. Así, el selectivo español se revalorizaba un 11,8% hasta acabar el año en 9.549,20 puntos. Por su parte, el MIB italiano avanzó un 28,3%, el CAC francés un 26,4% y el DAX alemán un 25,5%. El FTSE 100 londinense, afectado por la incertidumbre y volatilidad generada por el Brexit avanzó, especialmente en la última parte del año, hasta finalizar el ejercicio con avances más moderados del 12,1%.

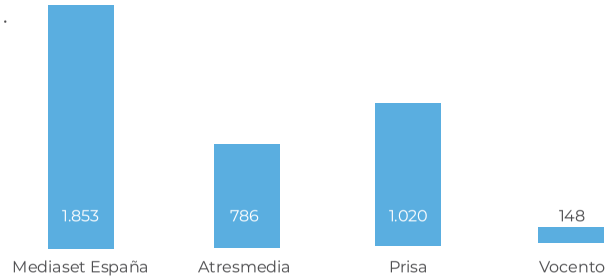
Por el lado de los índices americanos, 2019 fue un año donde se volvieron a ver máximos históricos, finalizando el Dow Jones y el Nasdaq 100 con avances del 22,3% y 38,0% respectivamente.

MEDIASET ESPAÑA EN BOLSA EN 2019

El título de Mediaset España registró su máximo anual el 6 de marzo al terminar la sesión bursátil en 7,03€, mientras que el mínimo se produjo el día 12 de agosto al cerrar en 5,10€. En términos anuales la acción se revalorizó un 3,1%.

El precio medio ponderado de los títulos de Mediaset España, acumulado en el año a 31 diciembre 2019, fue de 5,66€. En cuanto al volumen medio negociado, cabe destacar el descenso del mismo una vez que se realizaron las peticiones relativas al derecho de separación ofrecido en la operación de fusión con Mediaset SpA. Este derecho de separación permitía a aquellos accionistas que no querían formar parte de la sociedad resultante (MFE) la posibilidad de vender sus acciones en el caso de llevarse adelante la transacción a un precio de 6,544€. Una de las condiciones requeridas para ello era mantener las acciones bloqueadas desde el momento de la petición (principios de octubre) hasta que la fusión se completara. El número de acciones que pidieron acudir al derecho de separación ascendió a 39 millones de títulos, más de un 25% del free float de la compañía. La inmovilización de estos títulos, impidiendo su negociación bursátil, redujo significativamente el volumen intermediado en los últimos tres meses del año.

La capitalización de Mediaset España ascendió a final de año a 1.853 millones de euros, frente a una capitalización acumulada del resto de comparables nacionales de 1.954 millones. La acción del inmediato competidor bajó en 2019 un 20,2%, mientras que los siguientes competidores avanzaron un 11,4% y 11,8%.

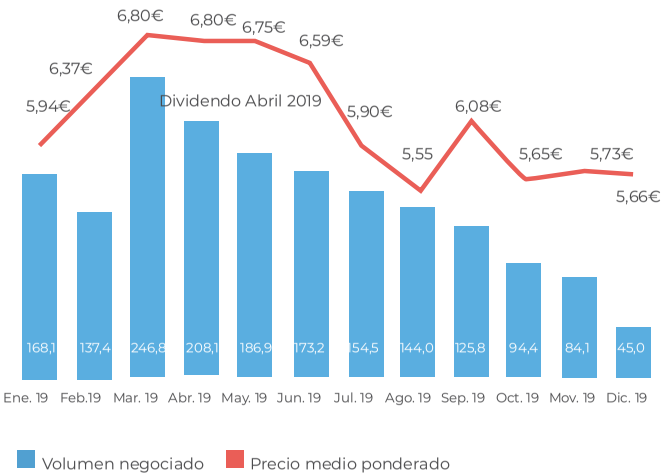


Fuente: .

Mediaset España: evolución de la acción 2019

Fuente: .

Mediaset España: volumen total negociado y precio medio

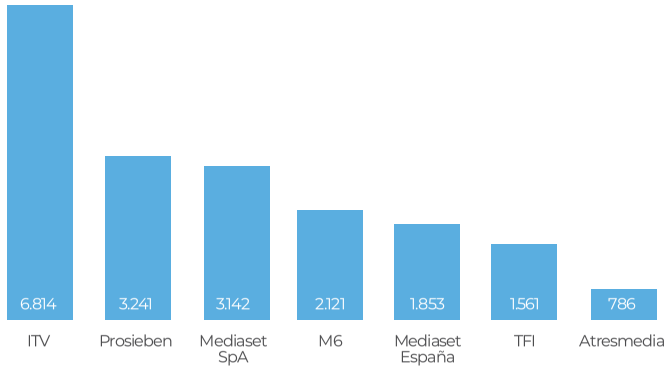


Fuente: .

EVOLUCIÓN EN BOLSA DEL SECTOR MEDIA EN 2019

En lo referente a las compañías comparables en el entorno europeo, el comportamiento bursátil durante el año fue dispar. Así, mientras la británica ITV lideraba los avances con subidas del 20,9% y la francesa M6 lo hacía un 19,5%, TF1 y Mediaset España registraban avances más moderados del 4,5% y 3,1% respectivamente. En el lado de los recortes, la cotización de Atresmedia se dejó en 2019 un 20,2%, mientras la alemana Prosieben y la Italiana Mediaset SpA registraron recortes del 10,5% y 3,1% respectivamente

La capitalización bursátil de ITV duplicaba a cierre de año la de su inmediato competidor, hasta alcanzar los 6.814 millones de euros, mientras que Mediaset España ocupaba la quinta posición dentro del sector, alcanzando una capitalización de 1.853 millones de euros, 2,4 veces el tamaño de su inmediato competidor en el mercado español.



VALOR PARA EL EQUIPO HUMANO

Los éxitos empresariales cosechados por el Grupo durante estos años están sustentados en sus profesionales, quienes poseen un elevado conocimiento del sector, una elevada inteligencia adaptativa y un fuerte compromiso hacia el proyecto del Grupo.

El profundo conocimiento del sector está apoyado en el continuo intercambio de sinergias entre áreas, acciones de comunicación interna y en la definición de un Plan de Desarrollo ambicioso que permite que los empleados sean capaces de afrontar los proyectos del futuro.

La gestión del talento está apoyada en dos pilares fundamentales: por un lado, aterrizar la estrategia y valores definidos por la compañía y por otro, actualizar de forma continua las competencias requeridas en los distintos puestos como consecuencia de la evolución del mercado. La propuesta de valor que ofrece la compañía desde la Dirección de Recursos Humanos se centra en atender las necesidades del negocio y del equipo humano, a través de políticas laborales flexibles, programas de formación e iniciativas que aporten valor al negocio y desarrollo al empleado.

El respeto, la transparencia y la honestidad son los valores principales de la compañía. La cultura corporativa de Mediaset España está anclada 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.

Del mismo modo, la pasión y el compromiso de los profesionales que forman parte de Mediaset España es el principal activo para construir todo lo anterior, además de generar un ambiente de trabajo que fomenta el bienestar y colaboración entre compañeros. Aspecto muy valorado internamente.

La fidelización del talento es un factor clave para la Dirección de Recursos Humanos, que permite garantizar el buen funcionamiento de la compañía. Las condiciones salariales, la flexibilidad laboral y el desarrollo profesional siguen siendo los principales aspectos más valorados por la plantilla. Sin embargo, cuestiones tales como la identificación con los valores corporativos, el reconocimiento profesional y el sentimiento de pertenencia adquieren cada día más valor. Por ello, Mediaset España apuesta por impulsar la imagen de marca, promoviendo iniciativas que impliquen la participación de la plantilla.

PRINCIPALES ACCIONES 2019

- Incorporación de las empresas Megamedia, Supersport y El Desmarque en la gestión.
- Plan de **transformación digital:** evolución de las competencias digitales en los profesionales que forman parte de los proyectos digitales del diario digital NIUS y en áreas comerciales de la compañía.
- Continuidad en la estrategia de **Employer Branding**.
- Comunicación y formación en la función de **Compliance y actualización del RGPD.**
- Implantación **RDL 8/2019 de sistemas de registro de jornada.**
- Negociación y firma de la modificación del Convenio para amparar la actividad del Diario Digital.
- Formación de profesionales del sector audiovisual a través de alianzas estratégicas con centros de enseñanza de reconocido prestigio.
- Tercera edición del evento informativo para hijos de empleados, dando a conocer las necesidades y tendencias del mercado laboral actual y la importancia de la actitud para lograr el desarrollo profesional.

PRINCIPALES INDICADORES

PLANTILLA MEDIA (1) (PERSONAS)

1.558,5

PLANTILLA AL FINAL DEL PERIODO (2) (PERSONAS)

1.551

BECARIOS (3) (PERSONAS)

366

ALUMNOS EN PRÁCTICAS (4) (PERSONAS)

77

PROMEDIO DE EDAD DE LA PLANTILLA (5)

44,8

PROPORCIÓN DE EMPLEO FEMENINO (MEDIO ANUAL)

48,3%

PROPORCIÓN DE TRABAJADORES CON CONTRATO INDEFINIDO (6)

96,7%

ÍNDICE DE ROTACIÓN (7)

3,08

ANTIGÜEDAD MEDIA DE LA PLANTILLA (AÑOS) (5)

14,69

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual 2019. 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) Dato total anual.

(4) Dato total anual.

(5) Calculada a 31 de diciembre.

(6) Corresponde al personal de estructura con contrato indefinido. Datos calculados a 31 de diciembre de 2019.

(7) Bajas no deseadas (bajas voluntarias + excedencias voluntarias) / Plantilla media * 100.

Distribución geográfica

TOTAL ESPAÑA

1.547

99,74%

MADRID	BARCELONA	BILBAO	SEVILLA
1.476	19	4	48
95,16%	1,22%	0,26%	3,1%

TOTAL FUERA DE ESPAÑA

4

0,26%

COLOMBIA	MÉXICO	EE.UU.
1	2	1
1 -	- 2	- 1

(1) La plantilla que se encuentra fuera de España es contratada por las filiales de Netsonic en cada país, desempeña actividades de comercialización de publicidad en internet y es todo personal local, salvo una persona en EE.UU que se ha trasladado allí desde España.

Distribución de la plantilla por categoría laboral y género

Directivo	73	39
Jefe Dpto.	48	48
Periodistas	161	158
Empleados	515	493
Operarios	16	0
Total	**813**	**738**

DIRECTIVAS
34,8%
2017: 36%
2016: 33%

Distribución de la plantilla por edades

		Total
<30		134
30-50		949
>50		468
TOTAL		**1551**

Distribución de la plantilla por tipo de contrato

INDEFINIDO
93,81%

TEMPORAL
6,19%

TOTAL ESPAÑA

INDEFINIDO		TEMPORAL	
1.451		96	
703	748	34	62

TOTAL FUERA DE ESPAÑA

INDEFINIDO	
4	
1	3

Alcance: Grupo Mediaset. Datos a 31 de diciembre de 2019. La información comparativa con años anteriores se encuentra disponible en el apartado “Información Complementaria” de este documento.

Distribución de la plantilla a tiempo parcial

Directivos	0	4
Jefe dpto	0	6
Periodistas	5	34
Empleados	16	94
Operarios	1	0
TOTAL	**22**	**138**

Permisos parentales

Empleados que hicieron uso del derecho al permiso parental	22	19
Empleados que retornaron al trabajo en 2019, luego de un permiso parental	25	22
Tasa de regreso al trabajo y de retención de empleados que se acogieron al permiso parental[1]	100%	84,21%
Empleados que retornaron al trabajo luego de un permiso parental y mantuvieron su empleo en los 12 meses siguientes a su reincorporación	13	15

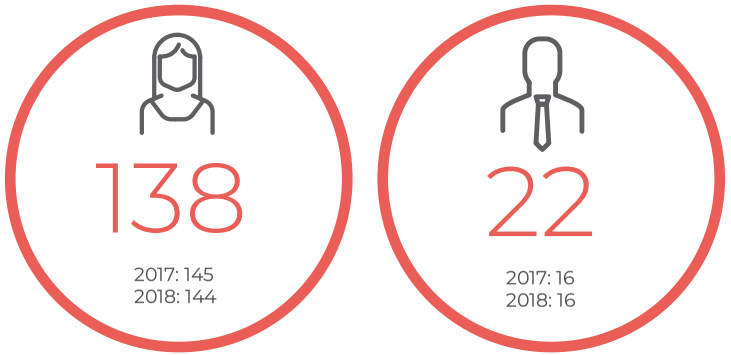
Nota: Toda la plantilla tiene derecho a solicitar un permiso de paternidad o maternidad
(1) Las 3 personas que no han regresado del permiso parental es debido a que siguen disfrutando del mismo a cierre de ejercicio.

Colaboradores externos[1]

Becarios	143	223
Estudiantes en prácticas	43	34
Trabajadores ETT	355	310

(1) Dato acumulado de personas físicas a lo largo del ejercicio.

Plantilla con reducción de jornada



Empleados bajo el sistema de evaluación del desempeño

Mediaset España [1]		
Directivos	52	25
Jefe dpto.	7	5
Empleados	3	18
Total Mediaset España	**62**	**48**
Publiespaña		
Directivos	15	11
Jefe dpto.	7	9
Empleados	38	97
Total Publiespaña	**60**	**117**
Total Grupo Mediaset	**122**	**165**

8,1% de la plantilla

95,7% de la plantilla

(1) Incluye todas las empresas del grupo que realizan evaluaciones de desempeño excepto Publiespaña.

En 2019 se han llevado a cabo un total de 53 promociones efectuadas en base al desempeño de la plantilla.

Alcance: Grupo Mediaset. Datos a 31 de diciembre de 2019. La información comparativa con años anteriores se encuentra disponible en el apartado “Información Complementaria” de este documento.

RELACIONES LABORALES

Las relaciones laborales entre la compañía y sus empleados se enmarcan en los **convenios colectivos** de aplicación en las distintas sociedades del Grupo. Estos convenios garantizan unas **condiciones de trabajo apropiadas** y aceptadas por ambas partes, un **clima social adecuado** y la **competitividad de la compañía** en el mercado audiovisual. Cada convenio define su propio ámbito de aplicación, previendo la exclusión de determinados colectivos que por su singularidad tienen su propia regulación.

Por su parte, la **libertad de asociación y la libertad sindical,** como derechos fundamentales, son reconocidos y respetados en cada país donde el Grupo tiene plantilla, mediante la aplicación de las disposiciones legales establecidas en cada lugar. Durante 2019 no se ha producido ninguna situación de riesgo con relación al ejercicio de la libertad de asociación y la libertad sindical.

Convenios Colectivos en 2019 (1)

Mediaset España	93%
Conecta 5	67%
Netsonic (2)	100%
Publiespaña	100%
Telecinco Cinema	50%
Mediterráneo	75%
Megamedia	99%
Supersport	100%
El Desmarque	96%

(1) Alcance: Grupo Mediaset España. Datos a 31 de diciembre de 2019.

(2) De aplicación a Netsonic en España. Las relaciones laborales y las garantías de respeto a los derechos de los trabajadores contratados por las filiales de Netsonic en cada país (trabajadores que desempeñan su trabajo en Colombia, México, Estados Unidos), se encuentran reguladas por la legislación propia de cada país, cumplida de manera estricta por el Grupo Netsonic.

IGUALDAD, LUCHA CONTRA LA DISCRIMINACIÓN Y EL ACOSO

La **igualdad de oportunidades, la no discriminación y la prevención del acoso** se encuentran recogidos en el Código Ético de Mediaset España y su aplicación efectiva se garantiza mediante los convenios colectivos vigentes, así como a través de la implementación de los Planes de Igualdad de las distintas empresas del Grupo y del Procedimiento para la Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso en el Entorno Laboral, tal y como se describe en el apartado "Gestión del Equipo Humano" de este documento.

Planes de igualdad

Mediaset España

VI PLAN DE IGUALDAD (01/04/18 AL 31/03/2021)
PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DEL RIESGO PSICOSOCIAL Y ACOSO

Publiespaña

IX PLAN DE IGUALDAD (01/01/2019 AL 31/12/2019)
PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DEL RIESGO PSICOSOCIAL Y ACOSO

Telecinco Cinema

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DEL RIESGO PSICOSOCIAL Y ACOSO

Conecta 5

VII PLAN DE IGUALDAD (JULIO 2018 A MARZO 2021)
PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DEL RIESGO PSICOSOCIAL Y ACOSO

En 2019 no se han reportado casos de discriminación, como tampoco se ha producido ninguna denuncia por acoso en el entorno laboral.

Los planes de igualdad de las empresas del Grupo establecen entre sus medidas para el fomento de la formación, habilitar en el Portal del Empleado el acceso a toda la información relativa al Plan de Formación, el catálogo de cursos ofertados por la Empresa, así como su posibilidad de solicitud on-line. Así mismo, se publica a través de los medios de comunicación interna de la compañía toda la información referente a las becas para la plantilla. Por otra parte, el Código Ético del Grupo establece como principios y valores la no discriminación por razón de raza, nacionalidad, origen étnico, género o discapacidad, entre otros motivos detallados, manteniendo una política de "tolerancia cero" respecto de cualquier comportamiento considerado discriminatorio. 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 al acceso de cualquier tipo de colectivo, contando con un proceso de acceso igualitario para todas las personas interesadas en realizarlos.

Con el objetivo de garantizar la igualdad de oportunidades de liderazgo dentro del Grupo, 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. Este programa pretende dotarlas de los conocimientos, competencias y habilidades necesarias para desempeñar de manera efectiva puestos de dirección y facilitar de ese modo el acceso de la mujer a puestos directivos dentro de la compañía, para poder contrarrestar el denominado "techo de cristal". En 2019 han participado en dicho programa 10 trabajadoras de diferentes sociedades del Grupo, siendo un total de 49 las mujeres que lo han hecho desde su lanzamiento.

AGENTE DE IGUALDAD- ACTUACIONES EN 2019

- Preparación del Informe Anual sobre Igualdad en la Empresa, para su entrega a los representantes de los trabajadores en Mediaset España y Publiespaña, documento que aborda temas como la representación de las mujeres en la organización, porcentaje de mujeres en cargos de responsabilidad, distribución de la plantilla por niveles y especialidad profesional, medidas adoptadas para fomentar la igualdad y conciliación, acceso al empleo, formación y comunicación.
- Gestión, asesoramiento y tramitación de la aplicación de las medidas contenidas en los Planes de Igualdad y Convenios Colectivos.

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 los dos ámbitos. No obstante, cabe señalar la peculiaridad de las empresas Megamedia y El Desmarque en 2019 al perímetro de control de gestión del Grupo, que por la naturaleza de su actividad cuenta con una proporción de hombres superior a la de mujeres. En este sentido, será tenida en cuenta a la hora de abordar estrategias de género en estos ámbitos.

BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIDAS DE CONCILIACIÓN

Durante 2019 los empleados han disfrutado de los siguientes beneficios sociales y medidas de conciliación

Seguro de invalidez y fallecimiento
Toda la plantilla del Grupo.

Complemento incapacidad temporal
365 personas.

Complemento maternidad
16 personas.

Complemento paternidad
5 personas.

Semana adicional de permiso maternal
19 personas.

Lactancia acumulada
19 personas.

Flexibilidad horaria diaria (Mediaset España)
848 personas.

Anticipos especiales
14 personas.

Club del empleado/a
Toda la plantilla del Grupo.

Reserva aparcamiento embarazadas
15 personas.

Reserva aparcamiento por motivos médicos
14 personas.

Excedencias por cuidado de hijo o familiares
12 personas.

Reducciones por guarda legal vigentes
165 personas.

Otras reducciones de jornada vigentes
9 personas.

Aparcamiento centro de trabajo

Toda la plantilla del Grupo ubicada en Madrid.
Tiene una capacidad aproximada de casi 700 plazas (607 de ellas en las instalaciones propias de Fuencarral).

Seguro médico

283 personas se han beneficiado de un seguro médico personal abonado por la empresa.
Se han abonado además **335** seguros médicos para cónyuge e hijos (hasta 25 años).

Gratificación excepcional

940 empleados de Mediaset España se beneficiaron de la gratificación excepcional acordada en el nuevo convenio colectivo.
Adicionalmente, 207 empleados del Grupo recibieron una gratificación excepcional.

Servicio de ruta

Aplicable a toda la plantilla del Grupo (Madrid).

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

177.336 menús servidos a personal del Grupo.
4.359 cheques gourmet entregados en las delegaciones.

Subvención gimnasio (colectivos necesarios)

14 personas.

Cesta de navidad

1.504 cestas entregadas.

Reparto de juguetes (Navidad)

Se repartieron **1.150** juguetes a hijos de empleados.

Más información

Para más información sobre los Beneficios sociales y medidas de conciliación disponibles, pinche aquí

MEJORA DE LAS COMPETENCIAS Y CAPTACIÓN DE NUEVO TALENTO

La transformación digital que las compañías vienen afrontando en los últimos años ha desencadenado una problemática común: la escasez de perfiles digitales cualificados. La demanda de este tipo de perfiles, no sólo por parte de las empresas del sector audiovisual, ha incrementado la competitividad y, por tanto, la dificultad de captar este tipo de talento e incorporarlo a la compañía. Ello ha supuesto para el Grupo una labor de redoblar esfuerzos especialmente en estrategias de employer branding, selección y retención de talento.

El **Plan de Formación 2019** ha tenido como objetivo cubrir las necesidades técnicas, de desarrollo competencial y de prevención de riesgos en el puesto de trabajo, así como las relacionadas con los riesgos penales y el RGPD, necesarias para el correcto desempeño de los puestos de trabajo y con el objetivo de apuntalar la transformación digital en todas las áreas de la compañía. Por tanto, las áreas de formación más relevantes del año han sido las relacionadas con la **transformación digital y las acciones dirigidas al desarrollo de habilidades.**

En este sentido, se han emprendido grandes proyectos formativos y de desarrollo en el área de informativos, para lograr la "transformación digital" en las personas vinculadas a la creación, edición y publicación del periódico digital Nius, o la implantación de un nuevo proceso de trabajo para la plantilla dedicada a la publicidad.

A su vez, en 2019 Mediaset España ha participado por tercer año consecutivo en el Encuentro del Talento Digital – Feria del Empleo en la Era Digital (FEED), evento que reunió en su sexta edición a miles de jóvenes en busca de sus primeras experiencias laborales, con más de un centenar de importantes empresas de diferentes sectores. Mediaset España ha vuelto a contar con un espacio propio en el que ha podido trasladar a los asistentes los principales atractivos de trabajar con sus perfiles de IT en el grupo audiovisual Mediaset España, así como sus avances y proyectos de digitalización, las características más demandadas por las productoras multimedia o los diferentes perfiles profesionales que generan el contenido digital del Grupo.

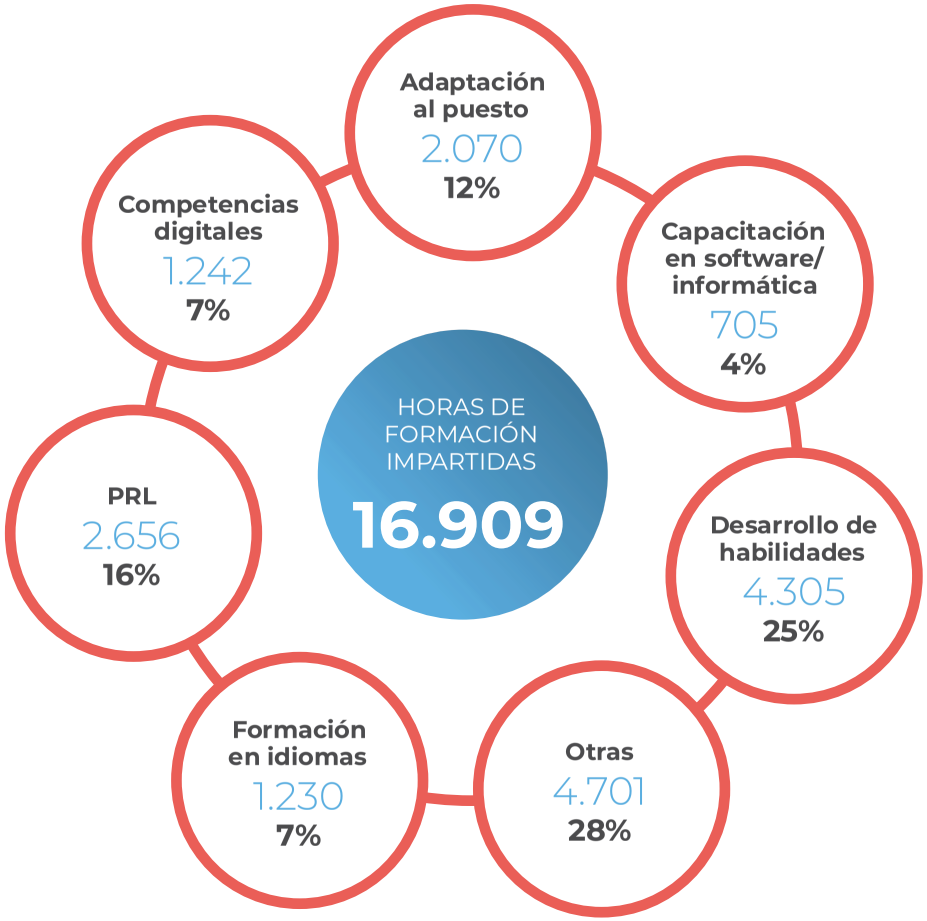
INVERSIÓN EN FORMACIÓN 2019 (MILES €)	EMPLEADOS FORMADOS	HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO	INVERSIÓN EN BECAS 2019 (MILES €)	INVERSIÓN TOTAL EN FORMACIÓN DE TRABAJADORES 2019 (MILES €)
266	1.133	10,85	64	361

Mediaset España también ha tenido un papel relevante a través de su ponencia "Eres digital, ¿verdad o fake?", impartida por Nuria Labari, Directora de Contenidos de Megamedia, e "Innovación en el talento" desarrollada por Alicia Zamora, Directora de Recursos Humanos.

En el ámbito del desarrollo de habilidades se ha continuado trabajando en la formación continua en áreas de liderazgo, gestión de personas y gestión del cambio, con el objetivo de seguir haciendo del Grupo, un gran sitio para el desarrollo profesional. También se ha continuado con el programa Sum@, puesto en marcha el año anterior, donde grandes profesionales de la compañía han acercado a la plantilla temas como branded concept, venta publicitaria o el marketing estratégico.

El programa de becas para que empleados del grupo participen en el Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, no sólo les dota de un conocimiento multidisciplinar de la actividad de la compañía 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 sector audiovisual.

En definitiva, más del 72% de la plantilla ha recibido algún impacto formativo en 2019, con una media de 10 horas de formación por empleado, reflejo de la fuerte apuesta del Grupo por el talento interno y el formado a través de los programas de becas y prácticas formativas y la reconversión de perfiles profesionales al ámbito digital.



Alcance: los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y al personal contratado a través de ETT.

Formación por categoría laboral y género

	2019 (Horas)		Ratio de horas de formación	
Directivo	639	1.275	8,69	31,28
Jefe Dpto.	1.024	1.077	21,23	22,28
Periodista	769	1.948	4,98	12,23
Empleados	4.592	4.383	8,98	8,69
Operarios	139	8	7,51	11,94
ETT	320	735	-	-
Total	7.483	9.426	9,28	12,52

Alcance: Grupo Mediaset España.

Nota: en lo que respecta a la formación ofrecida al personal contratado a través de ETT, ésta no es tenida en cuenta en los ratios de formación y tampoco se efectúa el ratio de horas por persona.

Programas de formación en habilidades

NÚMERO DE ACCIONES: 14

HORAS: 4.305

ASISTENCIA: 83

Nota: se consideran acciones formativas distintas, sin contemplar las que se repitan en las distintas empresas del Grupo.

Programas de formación en competencias transversales

NÚMERO DE ACCIONES: 30

HORAS: 7.294

ASISTENCIA: 233

Nota: se consideran acciones formativas distintas, sin contemplar las que se repitan en las distintas empresas del Grupo.

NUMERO DE BECAS: 119

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

1.242 HRS.

181 PARTICIPANTES

TIC

1.364 HRS.

201 PARTICIPANTES

El compromiso de Mediaset España con la **generación de conocimiento en el sector audiovisual,** puesto en práctica a través del Máster Universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales y de los acuerdos con universidades, escuelas de negocio y centros de formación profesional, revierte en una excelente vía de captación de nuevos talentos, a la vez que facilita la adquisición de competencias técnicas y humanas a sus participantes, permitiéndoles mejorar sus posibilidades en el mercado laboral audiovisual.

En particular, el Máster Universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales proporciona a su alumnado una serie de herramientas que le sitúan con una ventaja en términos de competencias y conocimientos frente a otros profesionales, para alcanzar el éxito en sus carreras. Todos los módulos y las áreas de conocimiento que los integran suponen la continuidad lógica de la creación del contenido y los procesos de gestión, partiendo de la idea hasta la distribución al cliente final y posterior análisis de resultados. La consecución de las competencias, desarrolladas a partir de los ejercicios basados en las tareas de cada departamento de Mediaset España, junto con un período formativo práctico en empresas del Grupo, integran al alumnado en la propia empresa y le proporcionan una serie de indicadores altamente significativos, no solo en conocimientos y destrezas, sino también sobre la propia actitud que han de asumir, lo que les permitirá tener una ventaja competitiva para acceder a un empleo de calidad.

Ello se ha visto reflejado en la participación de 16 estudiantes en la IX edición del Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales clausurada en junio de 2019, 3 de los cuales han sido contratados posteriormente por empresas del Grupo; la participación de 443 alumnos de Universidad e Institutos de Formación profesional durante el ejercicio, de los cuales 6 han sido contratados en plantilla y 85 a través de Empresas de Trabajo Temporal.

Por otra parte, en 2019 se ha firmado un acuerdo con la Escuela Superior de Imagen y Sonido CES, con el que se llevará a cabo una formación Dual basada en las necesidades del Grupo, en la que los alumnos de Ciclo Formativo de Realización se formarán en las áreas más críticas de la compañía y realizarán prácticas en empresas del Grupo, a partir 2020.

A todo ello se suma al lanzamiento de la primer edición de “Showrunner: Aula de ficción”, presentada en octubre de 2019 e impartida conjuntamente por Mediaset España y la ESCAC, donde profesionales en activo en el sector del cine y la televisión formarán a los alumnos en un training exclusivo que les permitirá adquirir la experiencia y los conocimientos necesarios para incorporarse a la industria audiovisual en el desarrollo, la creación y producción de contenidos de ficción y les dotará de las herramientas necesarias para convertirse en los futuros showrunners de la ficción nacional. Esto a su vez se reflejará en una nueva vía de acceso a nuevos talentos en la creación de ficción, por parte de Mediaset España.

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El Plan de Prevención de Riesgos Laborales 2019-2022 regula y garantiza la Seguridad y Salud en el Trabajo de los trabajadores del Grupo y de éste emana el Plan Anual de la Prevención. En 2019 las principales actividades llevadas a cabo:

MEDIDAS PARA GARANTIZAR LA SEGURIDAD Y BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS

- Simulacros de Evacuación de Villaviciosa y Fuencarral
- Realización de Planos "Está Ud. Aquí"
- Cursos de formación en materia preventiva (Altura, riesgo eléctrico, Liderazgo en Prevención, Plataformas de Elevación, etc.).
- Nuevo Plan de Prevención
- Auditoría de certificación ISO 45.001
- Adptación centro de Fuencarral a las condiciones de accesibilidad requeridas por la CAM
- ER del nuevo centro de transformación y de acceso a cubiertas edif control accesos
- Vigilancia de la Salud Individual
- Campañas de Salud y Seguridad
- Medición y ER de sonido en Salas Postproducción y Programas

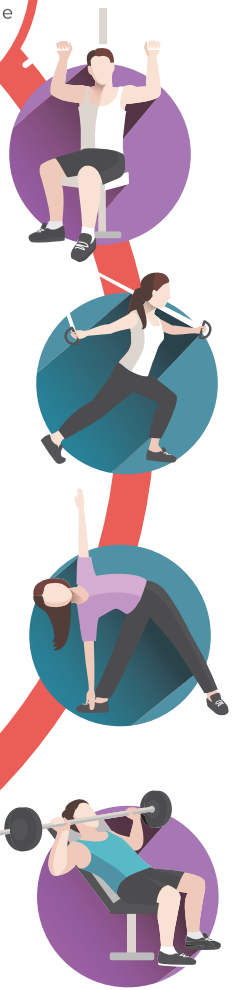
Todas las personas que acuden a las instalaciones propias tienen acceso al SPM, tanto a causa de accidentes o enfermedades relacionadas con el trabajo, como a causa de otros asuntos de salud personales, no relacionados o causados por motivos laborales.

ISO 45001
Certificado
SPRL – 223/2013

Campañas de salud y seguridad promovidas en 2019

VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE
226 PERSONAS

ALIMENTACIÓN SALUDABLE
De la mano del proveedor de servicios de restauración



DETECCIÓN DE ENFERMEDADES OCULARES
Revisión visual gratuita a cualquier trabajador que lo solicitara.
342 PERSONAS

PREVENCIÓN DE MELANOMAS
Revisión y diagnóstico por dermatólogos, de enfermedades dermatológicas y cáncer de piel.
356 PERSONAS

DONACIÓN DE SANGRE
En colaboración con el Centro de Donación de la Cruz Roja Española.
3 CAMPAÑAS
177 EXTRACCIONES

FISIOTERAPEUTA
Acceso a fisioterapia en las instalaciones de Fuencarral, para todo el personal que lo solicita o por indicación del servicio médico.

Mediaset España forma parte de la Red de Empresas Saludables del Ministerio de Empleo y Seguridad Social y ha manifestado su compromiso con la Declaración de Luxemburgo. Como Empresa Saludable, la compañía gestiona la salud de los trabajadores desde un enfoque integral e integrado, considerando la salud en todas las políticas de la empresa, lo que se refleja en el Manual del Sistema Integral de Gestión de Empresa Saludable. En el marco de dicho compromiso, en 2019 se han impulsado diversas medidas para el fomento de la salud entre su plantilla.

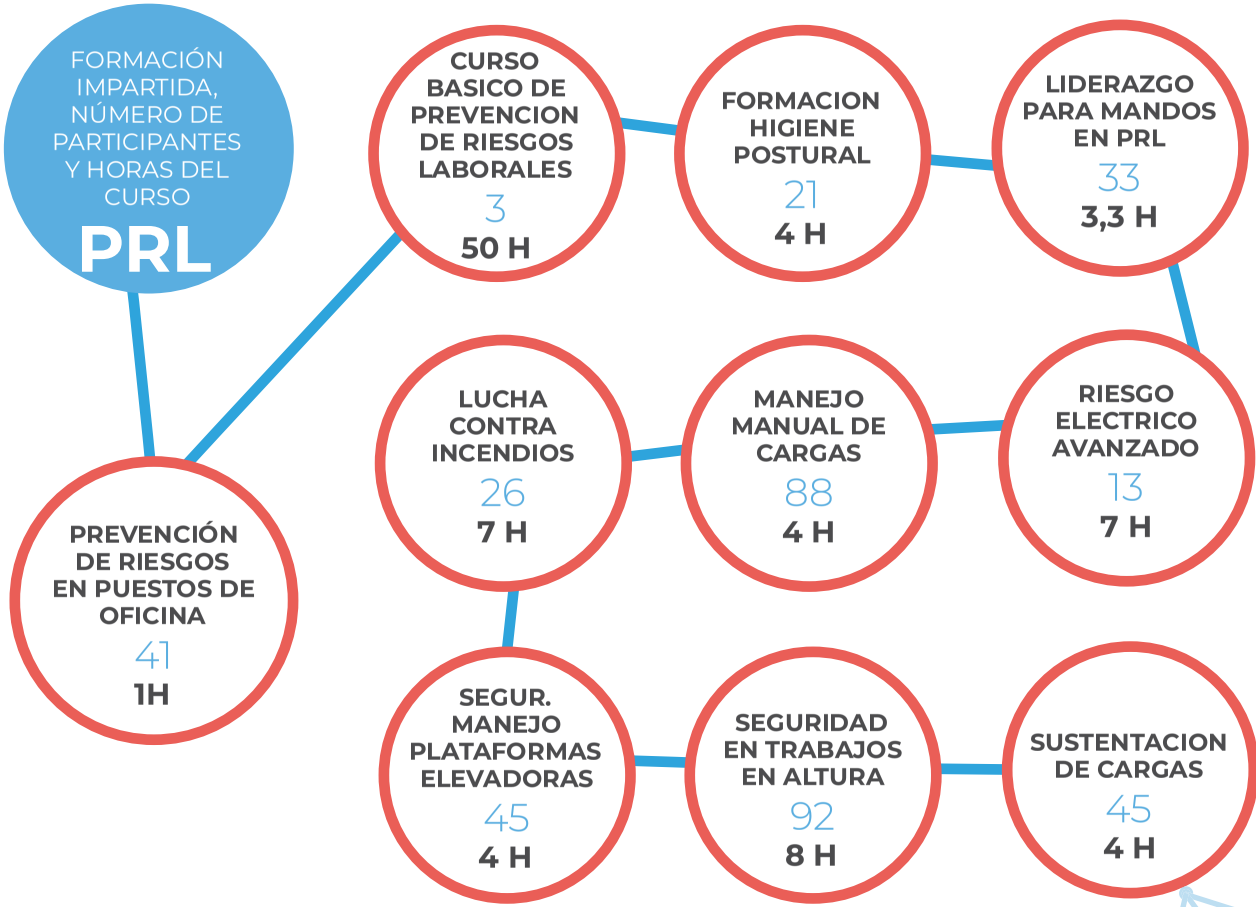
La Calidad de los Servicios de Salud Ocupacional se mide anualmente, mediante la realización de una Auditoría de Calidad. Hasta el año 2018 se hacía conforme a la OSHA 18.001 pero a partir de 2019, con el objetivo de adaptarse y cumplir los mejores estándares, se realiza conforme a la ISO 45.001. El jefe del Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo es el responsable de la realización de la auditoria. De modo que quede: En 2019 Mediaset España llevo a cabo la correspondiente auditoría y obtuvo la certificación correspondiente para su centro de trabajo de Fuencarral, donde desarrollan su actividad el 95% de la plantilla total del Grupo.

Adicionalmente, los trabajadores cuentan con el acceso directo a los respectivos CSS, trimestralmente, o la existencia de un buzón de sugerencias para todo lo relacionado con la Prevención de Riesgos y cuya comprobación se realiza mensualmente.

El Sistema de Gestión de Seguridad y Salud implantado en el Grupo sigue lo establecido por la normativa aplicable publicada en el BOE y en el BOCAM, por el INSHT (Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo), el IRSHT (Instituto Regional de Seguridad e Higiene en el Trabajo), Normas y Procedimientos propios de la Comisión Europea, España o la Comunidad Autónoma de Madrid.

Con el objetivo de mitigar las posibles situaciones de riesgo en que puedan verse involucrados los trabajadores se han realizado campañas informativas, cursos de formación y se ha proporcionado información, sobre pantallas de visualización de datos, Escuela de Espalda, Seguridad Vial, Trabajos en Altura, Plataformas de Elevación y Transporte, Uso de Andamios y Practicables, Orden y Limpieza o el Uso de Drones.

6.245
personas utilizaron el SS. Médico en 2019



MEDIDAS PARA GARANTIZAR LA SEGURIDAD Y BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS

- Difusión de información en la intranet sobre los puestos de trabajo, riesgos asociados y medidas preventivas.
- Prevención específica en los eventos especiales de los programas, en coordinación con el área de Producción de programas.
- Coordinación de las actividades empresariales en materia preventiva con las empresas colaboradoras.
- Presencia de Recursos Preventivos en el montaje/desmontaje de los decorados de los programas.
- Designación de Personal Autorizado en trabajos que puedan suponer algún riesgo específico, entre otras acciones.

Alcance: los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y al personal contr atado a través de ETT.

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	
4	3	6	6	168	227	4	2	7.839	11.313	6.901	8.757
7		**12**		**395**		**6**		**19.152**		**15.658**	
2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
6	3	13	8	264	265	6	9	14.575	14.770	11.980	11.790

Alcance: Grupo Mediaset España salvo el El Desmarque
(1) Incluye datos correspondientes a ALCB, ALII, EC, ANL y también bajas por maternidad/paternidad.
Nota: En 2019 no se ha producido ninguna muerte por accidente laboral o enfermedad profesional, así como tampoco ningún accidente de alto impacto en la plantilla ni en los trabajadores contratados a través de ETT. Sí que se han registrado entre el personal de ETT 3 accidentes laborales con baja y 2 accidentes laborales in itinere, todos ellos de carácter leve. La tasa de lesiones registrables en este colectivo ha sido de un 14,3.

Índice de accidentalidad

ÍNDICE DE FRECUENCIA	ÍNDICE DE INCIDENCIA	ÍNDICE DE GRAVEDAD	TASA DE INCIDENCIA DE ENFERMEDADES PROFESIONALES (TIEP)	TASA DE LESIONES REGISTRABLES
2,92	4,67	0,11	0	7,92
2018: 1,49 2017: 2,97	2018: 2,40 2017: 4,79	2018: 0,05 2017: 0,04	2018: 0 2017: 0	

Alcance: Grupo Mediaset España salvo el El Desmarque
I. Frecuencia= nº ALCB x 1.000.000 / Horas trabajadasen 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.

En el desarrollo normal de las actividades del negocio no se realizan actividades laborales consideradas con alta incidencia o riesgo elevado de determinados accidentes o enfermedades.

En 2019 no ha existido ninguna actividad catalogada como peligrosa en ningún centro de trabajo del Grupo. No obstante, pese a tener implantado un completo sistema de prevención de riesgos laborales, en 2019 se han producido 7 accidentes laborales con baja, 2 de ellos por sobre-esfuerzos en lugares distintos al puesto de trabajo. En todos los casos el SPM ha dado apoyo a la persona accidentada y revisado las evaluaciones de riesgo correspondientes.

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, a efectos de los cálculos de siniestralidad propios del Grupo quedan excluidos

VALOR PARA LA SOCIEDAD

MEDIASET ESPAÑA COMPROMETIDA CON LA SOCIEDAD

Cumpliendo su **propósito de hacer compañía a la ciudadanía a través del entretenimiento,** Mediaset España ha asumido el compromiso de aprovechar su liderazgo en el mercado audiovisual español para abordar temas de índole social y ambiental que preocupan y ocupan a la sociedad, contribuyendo así a difundir, sensibilizar y concienciar a través de sus canales y plataformas digitales.

IGUALDAD DE GÉNERO

GOT TALENT

– La asociación Generando Igualdad presentó una canción para alzar la voz contra la violencia de género, mostrando la realidad de un grupo de mujeres que quieren apoyar a otras que están en la misma situación.

– Al ritmo de la locución del poema de Alejandra Martínez de Miguel, compuesto por fragmentos de distintas canciones feministas, un grupo de baile quiso hacer llegar al público un mensaje de empoderamiento femenino.

SEÑORAS DEL (H)AMPA

Comedia negra que empodera a las mujeres de clase media y donde las protagonistas son mujeres de distintas generaciones.

EL PROGRAMA DE ANA ROSA

– Investigación para evidenciar las diferentes respuestas que ofrecen las empresas al recibir un mismo currículo perteneciente a un hombre y a una mujer, confirmando la discriminación laboral por edad y sexo.

– Día Internacional de la Niña: el programa se sumó a la iniciativa promovida por Naciones Unidas para dar visibilidad a los principales problemas a los que se enfrentan las niñas y en particular, en los países en conflicto donde su situación es más delicada. Ana Rosa, como otros personajes conocidos de la sociedad española, se hizo eco de la iniciativa impulsada por la ONG Plan Internacional en el Congreso de los Diputados, y plasmó en una cartera sus propias peticiones, enviándolas al Congreso de los Diputados.

– Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer: el programa dio cobertura a las manifestaciones y concentraciones en ciudades de España como la de Madrid, una de las más multitudinarias. En su mesa de debate puso de manifiesto la realidad que sigue amenazando a las mujeres con datos sobre las víctimas, reflexionando sobre ello y analizando la postura de los partidos políticos, intentando ver posibles soluciones para, también, mirar hacia al futuro.

SALVAME-Sección "Con M de Mujer"

Semanalmente, Geles Hornedo analizó expresiones y comportamientos de los colaboradores del programa que pudieran ser discriminatorios; se abordó el subconsciente patriarcal y se puso de manifiesto datos del CIS que reflejan que solo 2 de cada 10 hombres realizan tareas domésticas y datos de FEDEA que demuestran que las mujeres dedican dos horas y media diarias más que los hombres al trabajo doméstico, trabajo no remunerado.

MUJERES AL PODER

Docureality que mostró el día a día la trayectoria de un grupo de mujeres valientes e inspiradoras que con esfuerzo y dedicación han conseguido llevar a cabo sus sueños.

VOLANDO VOY

El programa abordó las historias de vida de mujeres que desempeñan una importante labor en entornos rurales.

TODO ES MENTIRA

- Desde su propia concepción en la que el plantel de presentadores y los colaboradores habituales guardan prácticamente una relación de paridad, el programa abordó asuntos tales como la brecha salarial, en el Día de la Mujer, reivindicando la igualdad, el respeto, la libertad y el compromiso de todos los ciudadanos en la concienciación del papel que debe cumplir la mujer en la sociedad.

- Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer: el programa se sumó a la difusión de los actos programados y las reacciones de los partidos políticos.

AMORES QUE DUELEN

El programa abordó la violencia de género a través del testimonio y la recreación de casos reales; historias narradas en primera persona por las propias víctimas, sus amigos, familiares, personal facultativo y miembros de la policía, para concienciar a la ciudadanía sobre la importancia de combatir la violencia de género. El programa contó con el apoyo de asociaciones que trabajan al servicio de las víctimas, entre ellas, el Centro de Recuperación Integral (CARRMM), la Asociación Somos +, la Asociación STOP Violencia de Genero Digital y la Asociación de Mujeres para la Salud.

RESPONSABLE DE COMPRA DEL HOGAR

Mediaset España presentó al mercado, a través del claim 'Almas de casa', su decisión de eliminar de la política comercial del Grupo el obsoleto estereotipo de 'ama de casa', invitando a todos los agentes del sector publicitario al uso de un nuevo target denominado 'Responsable de Compra del Hogar', mucho más amplio, cualitativo y representativo de la diversidad de los hogares y los tipos de familia actuales. La evolución económica, social y cultural de España en las últimas décadas ha propiciado sustanciales cambios en los hogares españoles con la proliferación de nuevos modelos de familia, y ha generado un cambio trascendental en un target de gran relevancia para los anunciantes. Iniciativa que ha sido adoptada por Kantar Media.

PUBLIESPAÑA

DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER EN LOS CANALES DE MEDIASET ESPAÑA

Por segunda vez en la historia, una huelga feminista ha dado paso a movilizaciones en todos los rincones de España, donde el morado ha sido el color predominante como representación de esta iniciativa.

EL PROGRAMA DE ANA ROSA

El programa ofreció un análisis en profundidad sobre la mujer en el mercado laboral, abordando datos sobre cómo afecta el desempleo al género femenino, la brecha salarial, la precariedad laboral, las cifras de mujeres en las presidencias de altos organismos o el número de diputadas y senadoras. El programa conectó con los reporteros enviados a las concentraciones convocadas en capitales y pueblos de España, dando cobertura a lo largo de la mañana de los diferentes actos. También ofreció el testimonio de las jugadoras del Club Madrileño de fútbol femenino Tacón y otros testimonios de integración, como el de Asunción, que contó cómo fue la integración de la mujer en el Cuerpo de Seguridad.

CUATRO AL DÍA

Carme Chaparro comenzó el programa haciendo referencia al Día Internacional de la Mujer y a los diferentes actos relacionados con el 8M, con conexiones en directo con las manifestaciones en diferentes ciudades españolas y planteando un análisis sobre la perspectiva política del 8M, la brecha salarial, las estadísticas de la violencia de género y otros temas relevantes.

CUATRO AL DÍA, fin de semana

El programa ofreció una serie de entrevistas a diferentes mujeres para conocer su opinión sobre el 8M, su repercusión y sus causas:

“Hay que reivindicar lo que implica el feminismo, que es igualdad”, Arantxa Echevarría (directora de cine)

“Creo que al final no hay igualdad. En muchos deportes no lo hay. Por eso hay muchas deportistas que reivindican eso, porque lo han vivido en sus carnes”, Lydia Valentín (deportista)

“Se dan tres pasitos adelante pero luego se dan dos hacia atrás”, Ángela Ponce (modelo)

“Para mí el feminismo es sinónimo de igualdad. Es la lucha por los mismos derechos de hombres y mujeres”, Rozalén (cantante)

“Es importante seguir enviando el mensaje de que estamos ahí”, Montserrat Domínguez (periodista)

“Los puestos de más poder están mayoritariamente ocupados por hombres”, María A. Blasco (directora CNIO)

“Yo creo que se puede hablar de techo de cristal. No tengo muy claro si es un techo de cristal que viene impuesto desde fuera a las mujeres, o que también las mujeres nos autoimponemos en cuanto a que nos creamos barreras o nos sentimos limitadas, o que no creemos suficientemente en nuestras capacidades para llegar a donde queramos”, Ángeles Santamaría (consejera delegada de Iberdrola España)

“Hay que acabar con la violencia, la violencia contra las mujeres, desde los actos pequeños hasta en los gestos gravísimos. No tiene sentido que la mujer pueda ser todavía vista por determinados sectores de hombres como un objeto”, Manuela Carmena (ex alcaldesa de Madrid)

“También las mujeres somos machistas. También las mujeres tenemos que liberarnos de eso. He vivido un mundo terriblemente machista y ha sido todo muy duro”, Rosa Montero (escritora)

YA ES MEDIODÍA

El programa ofreció la cobertura de las movilizaciones que se desarrollaron en las ciudades de España, con conexiones en directo con Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao y Valencia. Además, ofreció un análisis sobre la gran ausencia femenina en puestos de responsabilidad en España, la presencia femenina en el Congreso y el Senado, o el hecho de que no haya habido aún, una presidenta del Gobierno ni del Tribunal Supremo.

SÁLVAME

La presentadora se sumó al paro parcial para participar en el Día Internacional de la Mujer y el programa dio cabida a las movilizaciones a través de diferentes conexiones en directo.

EL CONCURSO DEL AÑO

Las mujeres fueron las grandes protagonistas de este programa: Raquel, escaladora y primera mujer española en atravesar el Himalaya acompañada de una mujer portadora sherpa; Esther- entrenadora de boxeo, primera boxeadora profesional de la historia de España; Sara- récord en el Dakar al ser la primera mujer en competir sin asistencia en la categoría de motos y Amaya- jugadora de baloncesto olímpica.

DEPORTES CUATRO

El informativo deportivo recogió el testimonio de deportistas que lucharon por la igualdad en el deporte como Alhambra Nievas, árbitra internacional de Rugby; Ana Carrasco, campeona del Mundo Supersport 300 e Irene López, campeona del Mundo de fútbol. Manu Carreño recordó en imágenes el acto celebrado un día antes en Barcelona donde las jugadoras del equipo femenino de Terrassa fueron homenajeadas con el Premio a la Igualdad de Género.

TODO ES MENTIRA

En plató, Marta Flich y Elsa Ruiz dirigieron el programa ofreciendo datos sobre la brecha salarial, la violencia machista, el acoso sexual, etc. “El feminismo es un punto de encuentro para compartir, es y debe ser inclusivo, no exclusivo”. El programa también conectó con la Plaza del Mueso Reina Sofia donde se concentraron las comunicadoras de España, para protestar por las desigualdades.

CAZAMARIPOSAS

Una entrega especial del programa, con dos grandes lazos morados en el plató y dos hombres presentando el programa, destacando la falta de mujeres en ese día; “Queremos que se note que no están”. Además, los dos presentadores reclamaron que el feminismo hay que vivirlo todos los días.

DIVERSIDAD

GOT TALENT

El programa se ha convertido en un escaparate del arte y del talento, pero también en una plataforma de reivindicación de derechos, para pedir la igualdad de las personas y acabar con todo tipo de discriminaciones.

– Ismailah, un joven canario cuya discapacidad, provocada por problemas en el corazón cuando era pequeño, no le ha impedido dedicarse al mundo del espectáculo..

– José Luis, procedente de República Dominicana, bailarín y gimnasta desde los 16 años, perdió una pierna en un accidente de moto. Mediante la música, el artista demostró que no hay límites cuando uno quiere conseguir algo.

– Los integrantes del "Coro de les veus de la memoria", de entre 50 y 90 años, todos ellos con la enfermedad de Alzhéimer, interpretaron "Mamma Mía", dando visibilidad a la enfermedad, y también una lección de vida y lucha por parte de quienes la sufren.

– Laura sufre de retinosis pigmentaria desde que nació, una enfermedad que solo le permite ver lo que tiene enfrente y no lo que hay alrededor. Sin embargo, ello no ha sido un impedimento para realizar lo que le gusta: pole dance. Realizando un elegante y arriesgado ejercicio con un antifaz y siguiendo las instrucciones de su entrenadora, demostró que los límites no suponen un impedimento para hacer lo que uno quiere.

– Ángel y Luisa, pareja de baile ambos afectados por poliomielitis, demostraron que bailar en silla de ruedas es posible y que "no hacen falta piernas para bailar, ni pies para volar".

– Rosa, cantante conocida como 'La niña del tupé', versionó la canción 'Halelluyah' plasmando en la letra su propia historia, contando lo mucho que le costó aceptar su orientación sexual y lanzando un importante mensaje a favor de la igualdad de las personas LGTBIQ+.

EL PROGRAMA DE ANA ROSA

– Día de las enfermedades raras: el programa analizó la propuesta del Gobierno para que los niños con discapacidad estudien en colegios ordinarios, lo que supondría cerrar, en 10 años, los centros especializados. Una medida que parece que no tiene en cuenta la opinión de muchas familias, que los consideran una necesidad.

– 100.000 personas con discapacidad intelectual pudieron votar por primera vez en las elecciones celebradas en abril de 2019 gracias a una modificación de la Ley Electoral. El programa pasó una mañana con personas con discapacidad para mostrar su satisfacción.

– Día Mundial de la Meningitis: primera causa de muerte por infección en niños y adolescentes, el programa acercó a la audiencia la enfermedad a través de diferentes testimonios.

– Día Mundial de la lucha contra la Esclerosis Lateral Amiotrófica (ELA): el programa se hizo eco para informar y sensibilizar sobre una enfermedad para la que no se ha encontrado cura, compartiendo testimonios de quienes la padecen y también de quienes se dedican a mejorar las condiciones de vida de afectados y familiares.

VIVA LA VIDA

Día Mundial del Síndrome de Down: el programa presentó la campaña “La suerte de tenerte”, cuyo objetivo es desterrar los mitos sobre este síndrome y acercarlo a la audiencia.

LOS GIPSY KINGS

El programa quiso dar visibilidad a la etnia gitana, sus tradiciones culturales y costumbres, con el objetivo de contribuir a romper barreras y prejuicios. A su vez, dar especial protagonismo al peso de la mujer gitana en su propio entorno y cómo logra, a pesar de determinados condicionantes, ser independiente. Dos de las familias capitaneadas por mujeres y en ambos casos, el éxito laboral se debe a ellas, dieron muestra de ello.

EL CONCURSO DEL AÑO

Con motivo de la Semana Internacional de las personas con discapacidad auditiva, el programa contó con la presencia del presidente de la Asociación de Personas Sordas de Almansa, con el objetivo de visibilizar a este colectivo y difundir la lengua de signos. “Me he emocionado porque cuando he entrado, todo el mundo aplaudía en mi idioma”.

FIRST DATES

La diversidad de las citas forma parte del ADN del programa, donde más de 10.000 solteros cruzaron las puertas del restaurante con el deseo de encontrar pareja. En este sentido, ‘First Dates’ ha sido siempre un espacio abierto a las distintas formas de relaciones personales en el que se ha dado especial importancia a las citas que fomentan la inclusión. Solteros con discapacidad auditiva o visual, con autismo, con síndrome de Down o de Asperger han acudido al restaurante en busca del amor.

MEDIO AMBIENTE/ CAMBIO CLIMÁTICO

EL PROGRAMA DE ANA ROSA

– Peces muertos en el Mar Menor. El programa visitó las playas más afectadas por el desastre ecológico y analizó el impacto que ha generado en el campo de Cartagena, que recoge el agua de secano y vierte los agroquímicos de la agricultura al Mar Menor, poniendo en evidencia la necesidad de una actuación conjunta para abordar el problema que afecta a toda la comarca.

– El futuro de Venecia. Se informó sobre cómo la ciudad recuperaba poco a poco la normalidad tras lo que fue la peor semana de su historia desde 1872, como consecuencia de las mareas altas, realizando un reportaje en las calles de la ciudad.

– ¿Qué puedo hacer yo por el medio ambiente? El programa abordó lo que puede hacer la ciudadanía para luchar contra el cambio climático, mediante un reportaje y mesa de debate sobre las diferentes medidas para combatir la degradación del medio ambiente, reducir el dióxido de carbono, el metano o el óxido nitroso.

– Movilidad eléctrica por el futuro. En vísperas de la conferencia de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático el programa se sumó a la campaña “Moving for Climate” y la reportera Marina Ribel recorrió 100km en bicicleta eléctrica, para comprobar la adaptación de las ciudades a estos medios alternativos de transporte y mostrar los beneficios que suponen de cara a preservar el medio ambiente.

– Cumbre del Clima en Madrid. El programa realizó un seguimiento diario con reportajes, entrevistas y mesa de debate con los colaboradores, abordando entre otros, los impactos del cambio climático, efectos y repercusiones, propuestas para combatirlo o la iniciativa “Teachers for future”.

YA ES MEDIODÍA

– Gota fría del mes de agosto y septiembre. El programa se sumó a la preocupación por el cambio climático y su posible influencia en los desastres naturales, mostrando la catástrofe producida en las zonas afectadas, los destrozos materiales y humanos que tardarán mucho tiempo en recuperarse, e insistiendo en la importancia de respetar el medio ambiente, reciclar y limitar el uso de plásticos, entre otros.

– Cumbre del Clima en Madrid. El programa realizó una cobertura diaria con conexiones en directo, entrevistas y debate en mesa con colaboradores.

VOLANDO VOY

Uno de los principales objetivos del programa es promover valores como la protección del medio ambiente y el desarrollo de las zonas rurales, como así lo demuestra Jesús Calleja en cada capítulo.

- En el Valle de Laciana (León). Jesús Calleja, además de ensalzar la belleza natural y la variedad vegetal de la zona, dio a conocer la historia de la minería del carbón en la comarca, a través de construcciones abandonadas.

- En Cap de Creus (Girona). Zona con un fondo marino muy rico en fauna y flora. La acción final del programa estuvo orientada a difundir el proyecto RESCAP destinado a preservar la gorgonia, un animal fundamental en la regeneración del hábitat marino y que está desapareciendo a causa del cambio climático, los residuos plásticos y la pesca accidental. Además, se abordó la importancia de cuidar los océanos y evitar que los residuos lleguen al mar.

- En Comarcas al Norte de Granada. El programa recorrió un lugar de un valor geológico, paleontológico y arqueológico excepcional, que aspira a ser reconocido por UNESCO con la denominación de Geoparque.

EN EL PUNTO DE MIRA

- Catástrofes naturales: el deshielo de los glaciares o las lluvias torrenciales. Expertos meteorólogos, físicos y geólogos aportaron su punto de vista en el reportaje y analizaron las causas y graves consecuencias de estos fenómenos meteorológicos extremos.

- Boro Barber viajó a Groenlandia para mostrar a los espectadores el deshielo de los glaciares, un fenómeno casi imparable que está haciendo subir el nivel de los océanos y que amenaza incluso con hacer desaparecer ciudades costeras.

- Verónica Dulanto acompañó a la Guardia Civil en su recorrido por la localidad murciana de Los Alcázares, devastada por las lluvias torrenciales, uno de los mayores desastres naturales producidos en España.

TODO ES MENTIRA

- Cumbre del Clima en Madrid. El programa dio cobertura diaria con entrevistas a políticos y responsables y debate con colaboradores sobre el desarrollo de la cumbre.

CUATRO AL DÍA

Inauguró la sección "Comando Cazaplástico" iniciando una importante campaña donde tres reporteros recorren toda España para dar visibilidad al excesivo consumo de plástico que está ensuciando el Planeta, animando a la audiencia a formar parte del proyecto, a través de la colaboración ciudadana.

– Día Internacional Sin Bolsas de Plástico. El programa ofreció información sobre el consumo de bolsas de plástico de los españoles: 230 al año por habitante, lo que demoran en degradarse: 500 años aproximadamente, el porcentaje que se recicla: 10% de las que se utilizan.

– Cumbre del clima en Madrid. El programa realizó un seguimiento diario del evento con conexiones en directo de todo lo acontecido en la Cop 25, entrevistas y reportajes, abriendo el debate entre los colaboradores sobre el significado de la cumbre para la mejora de la vida en el planeta, sus resultados y compromisos alcanzados.

Al Programa "Cuatro al Día" con motivo de su Campaña Cazaplásticos. Con afecto
Sofía R.

BOING

El canal infantil renovó en 2019 sus consejos educativos para los más pequeños de la casa, haciendo hincapié en el apoyo al medio ambiente a través de recomendaciones sobre el cuidado del Planeta, el reciclaje o la alimentación saludable.

RIO SALVAJE

- El programa estrenó su tercera temporada en perfecta conexión con la celebración de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático en Madrid, iniciando su primera entrega en Tenerife, donde Kike Calleja alzó la voz sobre el problema del plástico y los desechos que se vierten al mar. También dio a conocer la labor de salvamento de las tortugas pelágicas que realiza la Fundación Neotrópico, afectadas por dichos residuos; a la vez que acompañó a la Fundación Tonina en las tareas de avistamiento, marcaje y seguimiento del tiburón angelote, una de las especies en riesgo crítico de extinción, que tiene en Tenerife una de sus escasas poblaciones estables en todo el mundo.

- El aventurero visitó el Pozo Azul de Covanera (Burgos), adentrándose en el río subterráneo de mayor longitud del mundo para practicar espeleobuceo.

- Las Lagunas de Ruidera en Albacete, León y el Cabo de Palos (Murcia) fueron localizaciones donde el aventurero voló junto a aves de gran envergadura, vivió de cerca la freza o desove de la trucha en invierno y reveló los secretos de la pesca tradicional leonesa recogidos en uno de los manuscritos más antiguos existentes sobre este arte.

Los **informativos de Mediaset España** también han servido de altavoz para concienciar a la audiencia sobre la problemática ambiental y sensibilizar en la adopción de hábitos más saludables. Así, han abordado, entre otros, los siguientes asuntos:

COBERTURAS ESPECIALES

Coberturas especiales para concienciar sobre los distintos problemas ambientales que afectan al planeta: el Día Internacional de Preservación de la Capa de Ozono; el Día de la Tierra; La hora del Planeta; el Día sin bolsas de plástico.

LOS VIERNES AL SOL, CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Concentración de estudiantes ante el Congreso, una de las 10 concentraciones convocadas en España, como grito de alerta ante el cambio climático, cambiando las aulas por las calles para exigir medidas.

HUELGA MUNDIAL POR EL CLIMA

Todos los informativos se volcaron en difundir información sobre el cambio climático para concienciar sobre los impactos y posibles peligros: el deshielo del ártico y el impacto sobre el nivel del mar, con la consiguiente desaparición de regiones; cambios de temperaturas cada vez más bruscos; incendios, inundaciones, tifones y huracanes que aumentan año a año su virulencia; pérdida de oxigeno en los océanos; contaminación generada por la combustión de las calderas de carbón entre otros, fueron los temas abordados.

COP 25

Cobertura diaria del evento en todos los informativos (matinal, mediodía, tarde y noche), informando sobre la participación de las comunidades indígenas y sus reclamos, datos sobre los fenómenos meteorológicos extremos, el acuerdo de mínimos con el aplazamiento de la regulación para los mercados de carbono y la difusión de la campaña del Gobierno contra el cambio climático “Es Tiempo de Actuar”, entre otros.

CONSUMO TEXTIL

Se informó sobre la 2ª industria que más contamina el planeta, abordando la problemática y emplazando a la ciudadanía a que “es hora de cambiar el chip”.

RESIDUOS PLÁSTICOS

Los residuos plásticos y el impacto sobre el medio ambiente y los seres humanos:

– Benjamin Von Wong, artista que lleva años creando arte a partir del reciclaje, convirtió 168.000 pajitas recogidas del fondo del mar por voluntarios, símbolo de la contaminación, en una escultura de 3 metros de altura.

– Microplásticos y los mares, a 11 kilómetros de profundidad se encuentran restos de plástico en seres vivos y en la superficie la situación no mejora; se estima que el 99 por ciento de las especies de aves marinas en 2050 tendrá en sus estómagos plásticos por ingestas directas y parte de estos residuos pasa a la cadena alimentaria. También se hizo eco de la muerte de muchos animales marinos atrapados por basura.

– Recogida de plásticos en playas de La Coruña, Getxo, Zumaia, Tarragona, entre otras.

CONTAMINACIÓN DEL AIRE

La contaminación del aire, que podría estar causando el doble de muertes al año en Europa de lo que se pensaba hasta la fecha y se ha convertido en una amenaza, responsable de enfermedades respiratorias. Se dio difusión también al informe de la cuarta Asamblea de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, que alerta sobre la necesidad de un cambio urgente de rumbo para salvar la tierra.

OTRAS COBERTURAS DE INFORMATIVOS

La desertificación de zonas anteriormente fértiles en España; el deshielo de glaciares en el Ártico y su impacto sobre los niveles del mar y sobre la fauna; los incendios en el Amazonas; el autoconsumo solar; la pérdida de biodiversidad; el futuro del automóvil; la progresiva desaparición de las abejas debido al uso de pesticidas en la agricultura; el aceite de palma y su vinculación con la deforestación y su impacto sobre los orangutanes; la sostenibilidad en la alimentación; la caza de ballenas en Japón y el rescate de ballenas en Estados Unidos; la plaga de estrellas de mar en la Ría de Pontevedra; los Premios Fronteras del Conocimiento otorgados por la Fundación BBVA, en el ámbito del Cambio Climático a Anny Cazenave, John Church y Jonathan Gregory por ser pioneros en las observaciones espaciales del mar y concienciar sobre el aumento del nivel del mar y el gran impacto que tiene la actividad humana; la huella hídrica de la comida que se tira, caduca o se estropea y lo que ha supuesto en sus requerimientos de agua; los vertidos de aguas fecales al mar y la falta de depuradoras.

DEBATE Y PENSAMIENTO CRÍTICO

Mediaset España ofreció sus espacios televisivos a los partidos políticos, para acercar a los espectadores, en igualdad de condiciones, las propuestas electorales de los candidatos a la presidencia. En este sentido, Ana Rosa ha realizado entrevistas a los candidatos y ha estrenado secciones como "Qué hay de lo mío" o "Érase una vez en Moncloa" donde los políticos que han aceptado la invitación, se sometieron a preguntas de la ciudadanía. Por su parte, los informativos del Grupo han ofrecido espacios especiales para informar sobre las Elecciones Generales en sus distintas convocatorias, así como entrevistas especiales a candidatos al Gobierno.

TODO ES MENTIRA

Uno de los fundamentos del programa, además de ser reflejo de la actualidad en clave de humor, es el de desmentir noticias falsas (fake news) que se imponen a velocidad de vértigo, en una sociedad con demasiados estímulos y poco tiempo para contrastar la información. Por ello, el programa dedicó parte de su contenido a desmontar con datos y testimonios fehacientes las "medias verdades o mentiras descaradas", dando la oportunidad a sus responsables para que corrijan o rectifiquen.

EN EL PUNTO DE MIRA

El objetivo del programa es denunciar situaciones de engaño, estafa, incumplimiento de la legislación, entre otros, mediante reportajes, y testimonio de expertos y datos detallados de las situaciones que se someten a investigación.

informativostelecinco.com

Los informativos digitales abordaron la desinformación en distintas coberturas especiales:

– Fake News: un arma de destrucción masiva que amenaza nuestra democracia, abordaba los impactos de la (des) información a golpe de click.

– Cómo tu mente te engaña: por qué triunfan las fake news, abordaba cómo los sesgos cognitivos distorsionan la realidad e influyen, no solo en cómo reaccionan las personas ante determinadas circunstancias, sino también en su toma de decisiones.

– Mediocracia: por qué parece que el mundo se ha vuelto idiota, abordaba la "nueva realidad" que ha traído la globalización, donde las redes sociales provocan cambios hasta en las elecciones de gobiernos.

Las **plataformas digitales** del Grupo han servido no solo para entretener, sino también para difundir temas de índole social y ambiental que preocupan a la sociedad.

IGUALDAD DE GÉNERO Y DIVERSIDAD

YASSS

El sexismo en el mundo del gaming: varias jugadoras relatan un trato desigual por ser mujer dentro del mundo del viedojuego

Herstory, el libro acerca de lo que se ha ignorado sobre las mujeres a lo largo de la historia

Si no puedes luchar contra San Valentín, únete a él: cómo darle una vuelta feminista

Por el Día Internacional de la Niña, listado de las adolescentes más influyentes del mundo

uppers.es

Del prejuicio, al orgullo: "Mi padre fue de los primeros en quedarse en casa mientras mi madre trabajaba"

La menopausia y los cambios que genera

informativos TELECINCO

La economía del futuro quiere más mujeres

Las mujeres trabajan diez años más que los hombres para ganar lo mismo

La brecha de género en la conciliación de la vida familiar

Ellas merecen un diez, pero al convenio de las futbolistas hay que sacarle tarjeta roja

¿Son iguales los permisos de maternidad y paternidad?

Las barreras y obstáculos que convierten en un infierno el día a día de las personas discapacitadas

El ejemplo de Natalia que deja a otros niños con la boca abierta

Una estudiante con un 92% de discapacidad reconocida defiende, tras nueve años de formación, su Trabajo de Fin de Grado

Puede acceder a la noticia pinchando cada enlace

MEDIO AMBIENTE

AL DÍA

Comando Cazaplásticos, iniciativa de 'Cuatro al día'

- Pistoletazo de salida en su lucha contra el uso indiscriminado de plástico
- Los herederos del 'Comando cazaplástico': el futuro está en los niños
- Izakai, la escultura hecha de plástico se convertirá en un videojuego

Día Mundial de los Humedales

- Los motivos por los que existe el Día Mundial de los Humedales
- Cinco asociaciones ecologistas se unen para exigir una mejor protección de los humedales en España
- Estamos acabando con el enemigo del cambio climático: en un siglo se han perdido la mitad

YASSS

Cinco frases del discurso de Greta Thunberg que te afectan directamente en tu vida

uppers.es

Paisajes que tus nietos tendrán que ver en fotos si de verdad aumenta un metro el nivel del mar

Diez fenómenos provocados por el cambio climático que ya son visibles en España

informativos TELECINCO

Límite 2050: Los océanos se ahogan por los plásticos y los peces mueren por los vertidos

La 'generación Greta': los jóvenes toman las calles en un día histórico en la lucha contra el cambio climático

Las principales capitales del mundo se llenan de multitudinarias marchas en defensa del planeta

El doble reto de la contaminación atmosférica: afecta a la salud y al clima

La zona cero del calentamiento es el Mediterráneo: el día a día puede ser dramático

Airepocalipsis, plagas, catástrofes naturales: La Tierra se vengará si no frenamos el cambio climático

El día de mañana se acerca: un estudio refleja el clima de las ciudades en 2050 y da miedo

La vida frente al cambio climático: así está condicionando nuestros hábitos

Estados Unidos y Canadá pierden 3.000 millones de aves desde 1970

¿Cuánto sabes del mundo en el que vives?

La ONU advierte: el planeta activa la señal de alerta y hay que actuar ya para salvarlo

Los modelos que evalúan las consecuencias del cambio climático no trasladan la gravedad de este fenómeno

La temperatura media sube el doble en España que en el resto del mundo

Así amenaza el clima la salud de los españoles: sus consecuencias llegan a ser mortales

El cambio climático podría costar a cientos de empresas casi un billón de dólares

'El techo del mundo' se calienta rápidamente

El turismo selfi o cómo acabar con el planeta viajando

Crece el turismo nuclear en la fantasmal planta de Chernóbil

Día Internacional de la Preservación de la Capa de Ozono

Día Mundial del Agua

- Desperdiciar la comida supone malgastar una bañera llena de agua
- La Amazonia, en peligro: pierde 350 kilómetros cuadrados de agua dulce superficial al año
- El lago Chad está siendo engullido por el Sáhara

Día Mundial de los Humedales

- Las cinco cosas de los humedales que debes saber si de verdad crees en el cambio climático
- La gran arma para derrotar al cambio climático es natural y lo estamos olvidando
- Doñana en el punto de mira: La UE exige a España que lo cuide

Día Internacional sin bolsas de plástico

- Vivir sin plásticos
- Una empresa malagueña comienza a tatuar la información de sus alimentos en su piel para luchar así contra el plástico
- Así es Lemon, el cortometraje que conciencia sobre el problema de los plásticos
- Un estudio demuestra que las personas nos alimentamos también de plástico

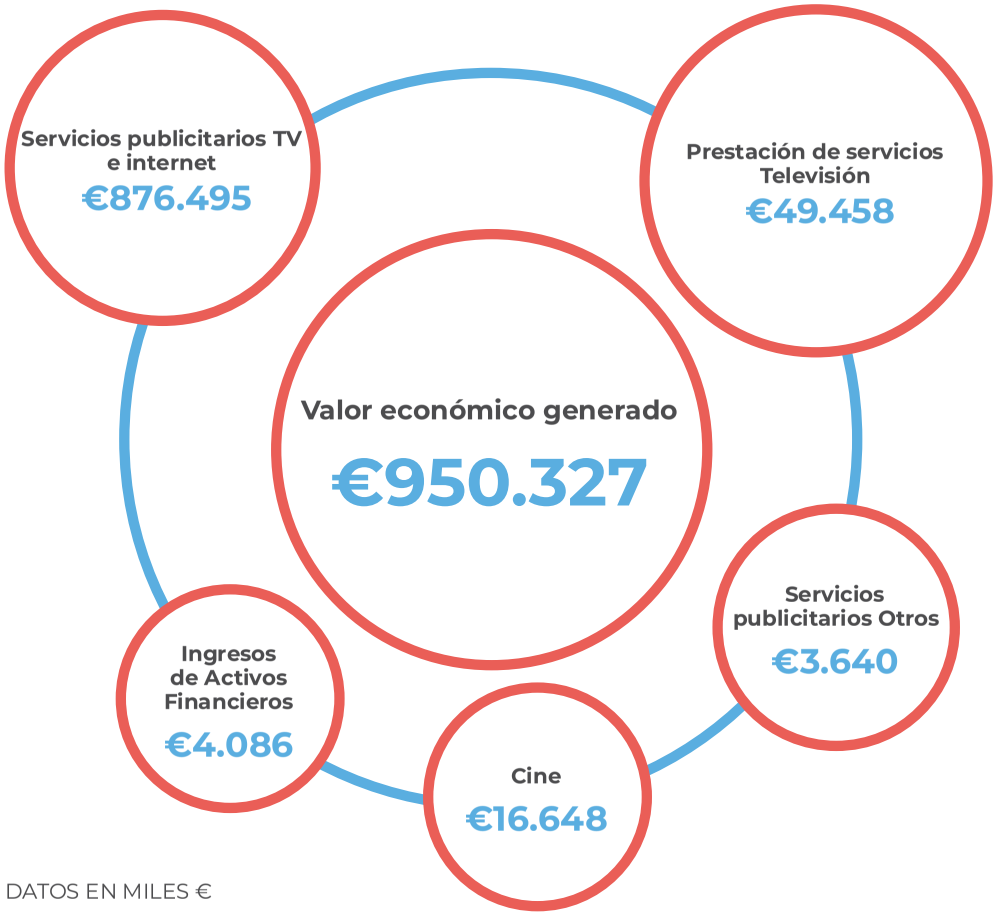
DÍA MUNDIAL DE LA TELEVISIÓN

"Hay millones de historias esperando a ser descubiertas. La televisión nos une. Cambia tu percepción del mundo. Es la ventana de la vida. Cuando quieras, donde estés. La mejor compañía. Nos gusta la televisión".

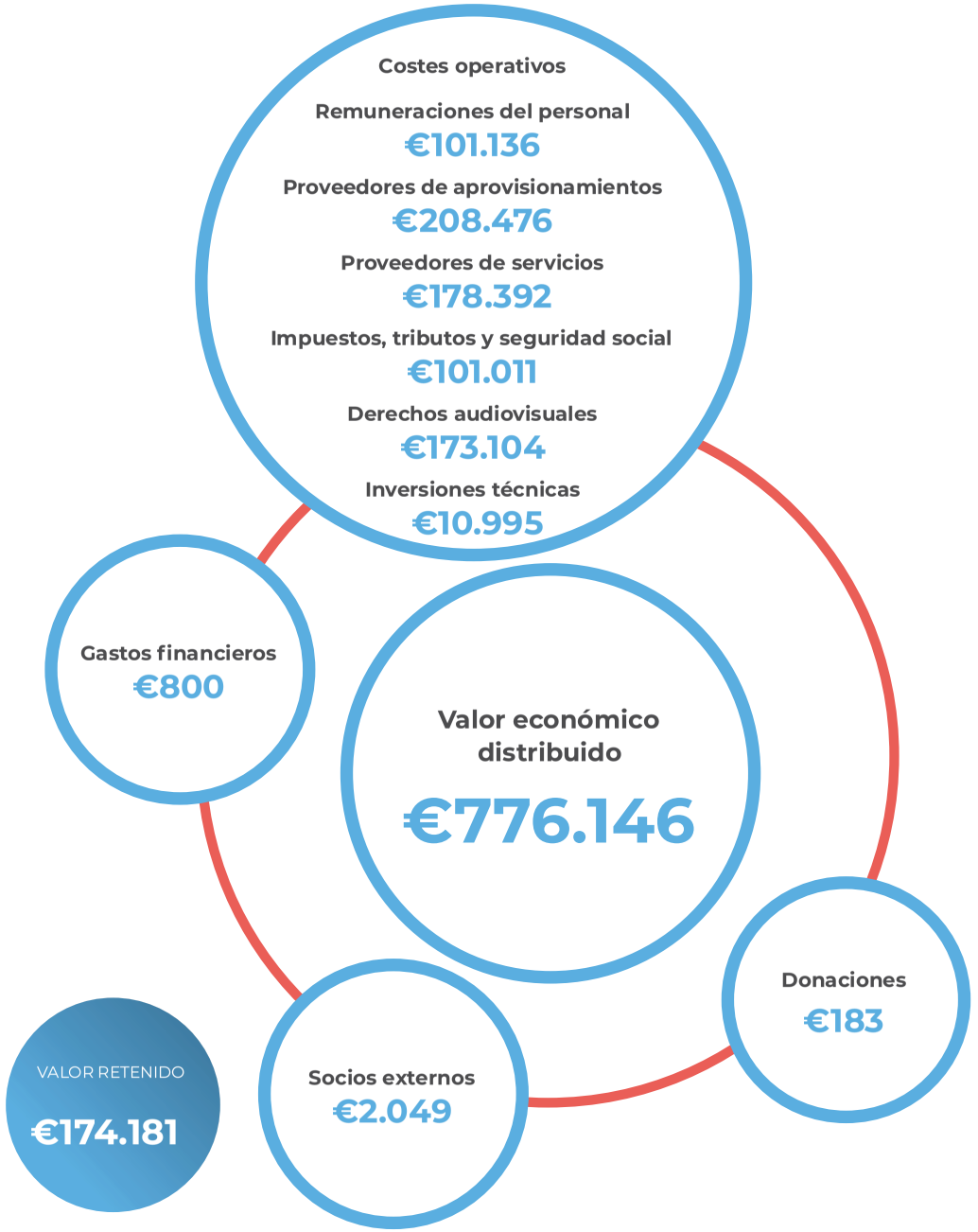
Mediaset España se suma nuevamente a la celebración del Día Mundial de la Televisión, una iniciativa creada 1996 por Naciones Unidas, que en 2019 está dedicada a la gran variedad de formatos televisivos presentes en el planeta, un contenido premium disponible en un entorno seguro para su consumo dónde y cuándo el espectador desee. En este sentido, la compañía ofreció a lo largo de ese día, en sus soportes lineales y digitales, una versión propia del spot internacional creado para conmemorar esta acción. El spot remarca la diversidad de formatos y contenidos como una de las grandes señas de identidad del modelo de programación de Mediaset España, además de una vía esencial para entretener, informar e inspirar a los espectadores de todo el mundo.

VALOR SOCIAL GENERADO Y DISTRIBUIDO

El Grupo Mediaset España pretende medir e informar sobre la aportación de valor real a la sociedad en la que opera, a través de los flujos de efectivo generados y distribuidos por el Grupo.



DATOS EN MILES €



Nota: Valor generado, distribuido y retenido obtenido a partir de la cuenta de resultados consolidada del ejercicio 2019. No se ha considerado la contribución de la Compañía a través de la cesión gratuita de espacios publicitarios para causas sociales, que en 2019 se valoraron en 7.537 miles de €.

ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS

La accesibilidad de los contenidos constituye un aspecto fundamental de la responsabilidad de los medios de comunicación.

Por ello, Mediaset España mantiene año a año su compromiso de hacer accesible su programación a las personas con discapacidad visual o auditiva, como instrumento de integración social y cultural de estos colectivos.

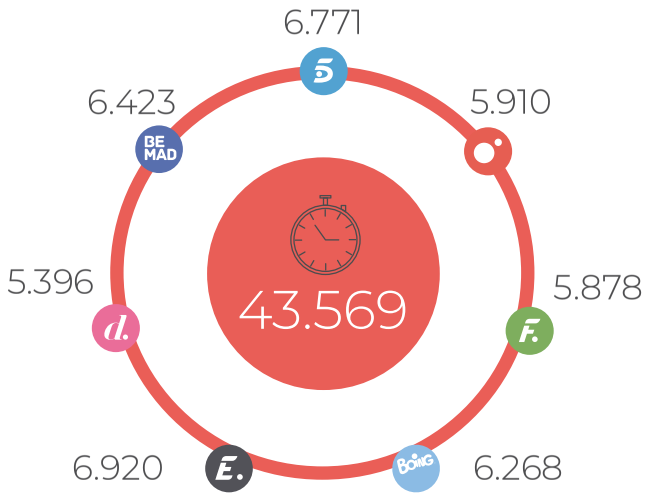
En este sentido, a través de sus canales ha emitido multitud de series, películas y programas con subtítulos, traducidos en lengua de signos o con audiodescripción.

Programas en directo
6.030
Hrs. subtitulado

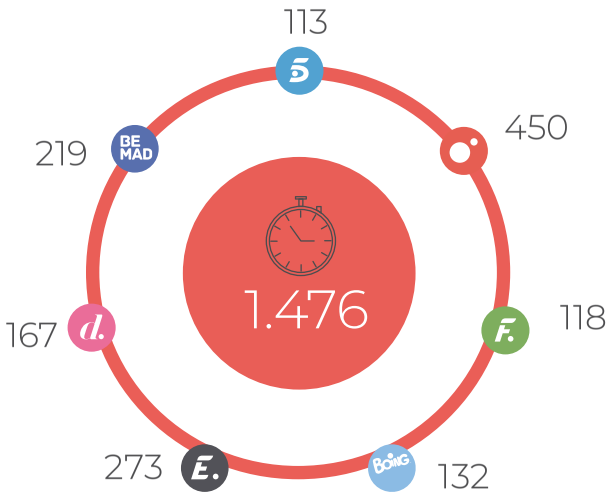
Horas de contenidos accesibles emitidos en 2019

	ANIMACIÓN	CINE	CONCURSOS	DATING	DEPORTES	DOCU-REALITY	ESPECIALES	EVENTOS DEPORTIVOS	GALAS	INFORMATIVOS	MAGAZINES	MUSICALES	REALITY-SHOW	REPORTAJES	SERIES	TALK-SHOW	ZAPPING
SUBITULADO	5615:17:08	2590:01:36	1857:43:44	306:25:26	331:32:13	8277:09:41	11:26:14	179:17:42	26:14:45	1127:32:02	3763:45:58	1487:43:18	564:02:35	345:14:43	15378:25:50	703:24:34	1004:01:43
AUDIODESCRIPCIÓN	132:53:15					400:06:34									950:01:36		943:34:35
LENGUA DE SIGNOS	132:53:15					400:06:34											943:34:35

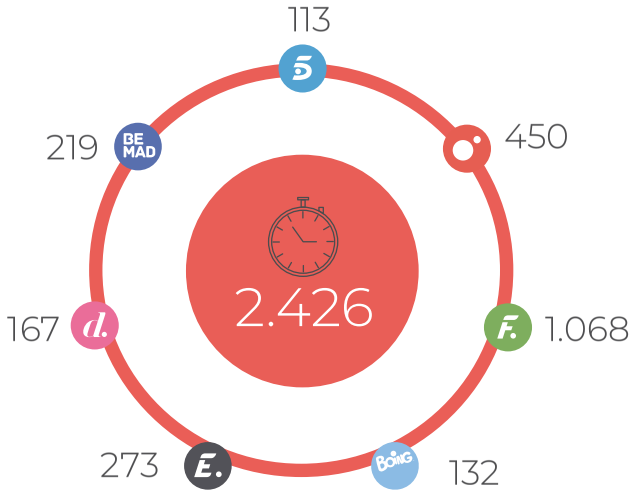
Horas de contenido subtitulado



Horas de contenido en lengua de signos



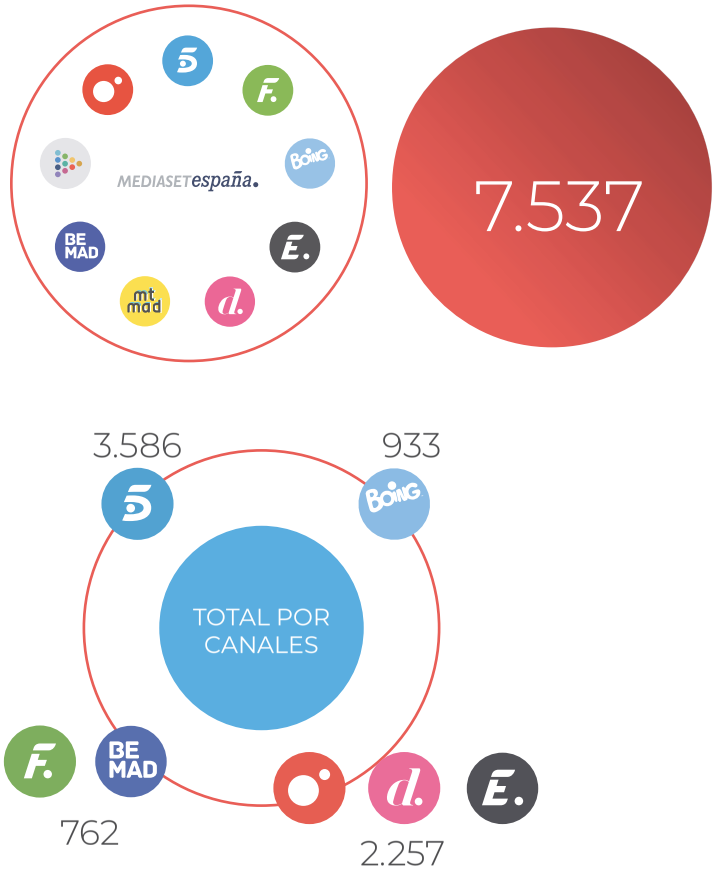
Horas de contenido con audiodescripción

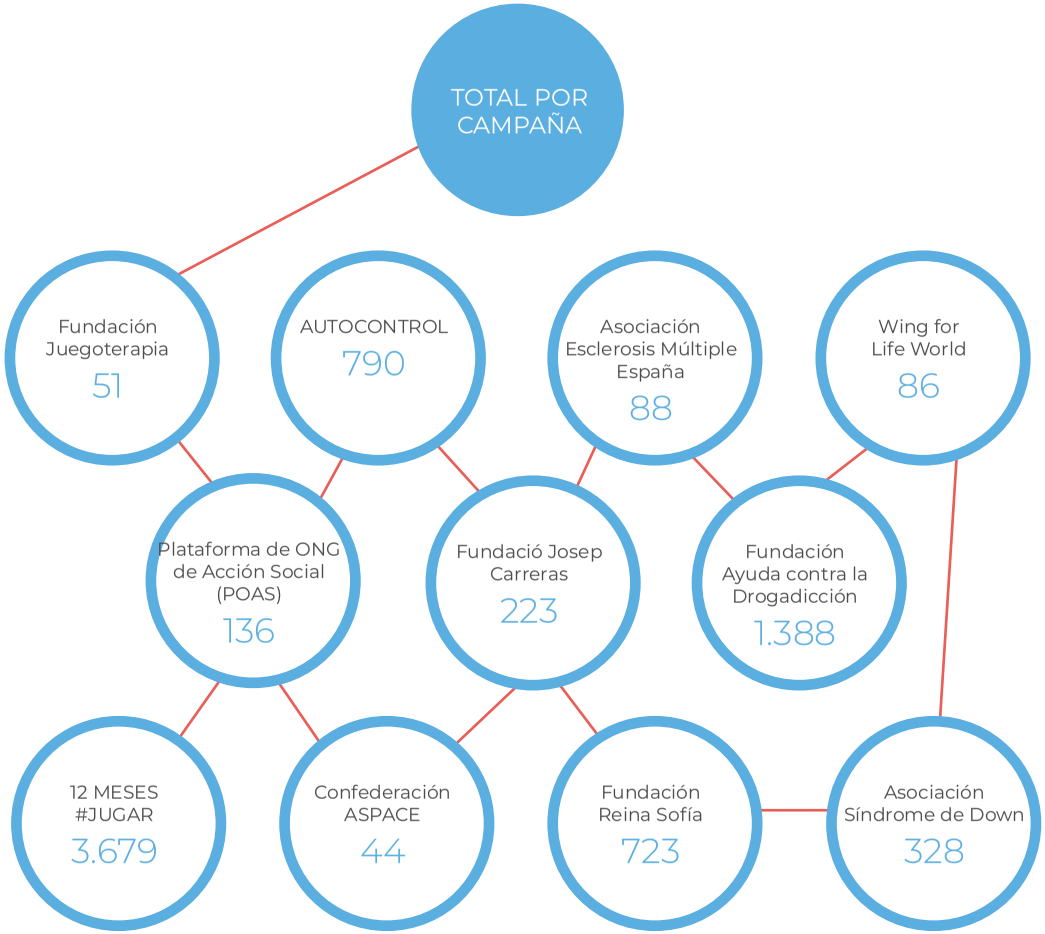


CESIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS

El compromiso de Mediaset España con la difusión de valores asociados a determinados proyectos o instituciones sin ánimo de lucro con las que colabora se ha hecho efectivo, un año más, no solo a través de la programación que emite sino también mediante la cesión gratuita de espacio publicitario.

Cesión de espacios publicitarios en 2019 (miles de €)





CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

12 MESES, EL PROYECTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE REFERENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

El proyecto de comunicación social de Mediaset España 12 Meses continúa, un año más, como referente en el mercado audiovisual español, con numerosos premios recibidos que así lo avalan. La labor de sensibilización de 12 Meses durante el año se ha enfocado en los siguientes ejes: la promoción de la igualdad entre hombres y mujeres y la protección de la infancia, velando por el cumplimiento de uno de los derechos universales del niño: el derecho a jugar.

MUJERES A SUS LABORES, LABORES QUE HACEN HISTORIA

La campaña "Mujeres haciendo historia", desarrollada íntegramente para el entorno web y redes sociales surge con el objetivo de reconocer la labor de mujeres que, a través de su profesión, han contribuido enormemente en ámbitos tan variados como el cultural, social o político, entre otros.

La iniciativa, llevada a cabo en el marco de la celebración del Día de la Mujer (8 de marzo), ha puesto en valor las historias de mujeres tales como la artista Lita Cabellut, la científica Margarita Salas, la filósofa María Zambrano o la política Clara Campoamor, entre otras muchas, para reconocer el impacto que ha tenido su trabajo en la historia.

JUGAR ES UN ASUNTO MUY SERIO

Jugar es un derecho reconocido por la Declaración Universal de los Derechos de los niños (artículo 31). Es un derecho universal al mismo nivel que el derecho del niño a la educación, a la vivienda, familia, salud, derecho a no trabajar etc. El Comité de los Derechos del Niño de las Naciones Unidas, en su Observación General nº17, de 17 de abril de 2013, ha alertado, sin embargo, sobre el escaso apoyo que recibe por parte de los Estados miembros y ha animado a promoverlo, a fomentar su conocimiento mediante la investigación y a generar una mayor sensibilidad social hacia él.

En España la edad de juego en los niños se ha reducido en los últimos años debido, entre otras causas, a la falta de tiempo por el aumento de actividades extraescolares y deberes, la escasez de espacios públicos habilitados para el juego o por el abuso de las tecnologías.

Jugar potencia la creatividad y la imaginación, despierta la inteligencia y fomenta las relaciones afectivas. Por estos motivos, 12 Meses ha puesto el foco y centrado sus esfuerzos en poner en valor el juego infantil necesario para el desarrollo integral del niño. "Jugar es un asunto muy serio" es el claim de la campaña en la que se pone de manifiesto la importancia de dejar a los niños jugar como niños.

Las piezas se han emitido en todos los canales de Mediaset España a lo largo de todas las franjas horarias, en las webs del Grupo, las redes sociales de 12 Meses, así como a través del circuito de emisión nacional de las pantallas Iwall comercializadas por Publiespaña. A su vez, los spots y cortinillas de la campaña se han subtitulado, con el objetivo de convertirse en un mensaje inclusivo que llegue a todos los espectadores.

La campaña ha conseguido el altavoz de presentadores que han contribuido, a través de las redes sociales, a amplificar el mensaje y los diferentes programas e informativos han vertebrado en sus espacios, contenidos informativos con entrevistas a catedráticos, psicólogos o pedagogos, para informar sobre la situación de este derecho infantil y su importancia.

La conceptualización, diseño, producción y desarrollo de la idea se ha llevado a cabo desde el equipo creativo de 12 Meses, cuyo principal objetivo ha sido jugar con el espectador. Jugar a la contradicción mostrando un objeto y afirmando a la vez que no lo es; como hizo el pintor surrealista Magritte con su famoso cuadro "esto no es una pipa". Partiendo de la base de que el mundo de la imaginación de los niños es mágico y en él todo es posible: un triciclo se convierte en un bólido de carreras, un caballo de madera en un impresionante corcel y un oso de peluche en el amigo más divertido. Los spots contienen elementos gráficos coloridos y alegres que sólo

aparecen en el momento en el que el espectador tiene el privilegio de ver el mundo a través de los ojos de los más pequeños. Con este recurso se introduce al espectador en un mundo lleno de creatividad en el que los juguetes cobran vida, representando la experiencia y las emociones que tienen todos los niños y niñas cuando juegan.

El claim de la campaña "jugar es un asunto muy serio" también pretende provocar la contradicción y cambiar la percepción habitual que tiene el adulto sobre el valor del juego, destacando la frase "dejemos a los niños jugar como niños" como una recomendación sencilla y llena de sentido común, porque el juego libre es un elemento fundamental en el desarrollo infantil.

Como aliados de esta campaña, 12 Meses ha contado con la colaboración del Observatorio de Juego Infantil, única organización en España que realiza estudios e investigaciones de interés científico sobre el valor del juego, además de promover la creación de indicadores que permitan medir el nivel de juego en los niños.

La comunicación interna ha ido de la mano de la comunicación externa de la campaña y en ese contexto se ha realizado una acción con todos los empleados de la compañía, que ha supuesto hacer un alto en la jornada laboral para invitar a jugar con el elemento símbolo de campaña: el yoyo. Con esta acción participativa se ha contribuido a sensibilizar a los trabajadores e informar sobre la importancia del juego, pero también ha servido para sacar el niño que todos tenemos dentro, porque en Mediaset España, jugar es un asunto muy serio.

A través de esta campaña, Mediaset España se ha convertido en el mayor defensor del derecho universal del juego, impactando con su mensaje en prácticamente la totalidad de la población, llegando a un alcance de 31,8 MM espectadores a través de las emisiones en televisión, 3,4 MM impresiones on line, un alcance de más de 681.000 personas a través de las redes sociales, un impacto estimado de entre 28-30MM a través de la emisión en las pantallas Iwall y un alcance de 1,7MM de personas a través del envío de newsletters informativas a las bases de datos de 12 Meses Mediaset España y del Observatorio de Juego Infantil.

Dejemos a los niños jugar como niños

En otro ámbito de las campañas de comunicación social, durante 2019 se han llevado a cabo acciones de colaboración con ONGs tales como el patrocinio, por octavo año consecutivo, de la carrera solidaria de la Fundacion StopSanfilippo dirigida a la recaudación de fondos para promover la investigación de la enfermedad rara Sanfilippo. Esta carrera, 100% benéfica, ha congregado a lo largo de todas las ediciones a más de 16.000 corredores. El apoyo a esta acción se enmarca en el compromiso de Mediaset España de apoyo a organizaciones sociales que trabajan en el barrio donde está ubicada la compañía.

A su vez, se ha renovado, por sexto año, el patrocinio al Banco de Alimentos, para la creación de la "Avenida Mediaset España" en sus instalaciones con la finalidad de contribuir a la labor social que desarrolla esta organización, de entrega de alimentos a comedores sociales, ONG, hogares de acogida etc. ubicados en la Comunidad de Madrid.

También, se ha firmado un acuerdo de colaboración con la Fundación Reina Sofía con el compromiso de Mediaset España de emitir su campaña "Lemon", para promover la importancia de eliminar plásticos de nuestros océanos.

CUMPLIMENTO DEL PACTO MUNDIAL

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:
Gestión de los Contenidos
Gestión del Equipo Humano
Gestión de la Cadena de Proveedores

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

Gestión de Mediaset España:
Gestión de los Contenidos
Gestión del Equipo Humano
Gestión de la Cadena de Proveedores

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:
Gestión 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:
Gestión del Equipo Humano
Gestión de la Cadena de Proveedores

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

Gestión de Mediaset España:
Gestión del Equipo Humano
Gestión de la Cadena de Proveedores

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

Gestión de Mediaset España:
Gestión del Equipo Humano
Gestión de la Cadena de Proveedores

MEDIO AMBIENTE

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

Gestión de Mediaset España:
Desempeño Ambiental

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

Gestión de Mediaset España:
Desempeño Ambiental

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

Gestión de Mediaset España:
Desempeño Ambiental

ANTICORRUPCIÓN

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

Gestión de Mediaset España:
Sistema de Gestión de Riesgos

COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es la agenda que desgrana los objetivos de la comunidad internacional en el periodo 2016-2030 para erradicar la pobreza y favorecer un desarrollo sostenible e igualitario.

Las empresas están llamadas a desempeñar un papel fundamental para impulsar el cumplimiento de las metas y en ese marco, Mediaset España asume su compromiso en el impulso de esta agenda.

MEDIASET ESPAÑA Y LOS ODS

Los siguientes ODS son aquellos donde Mediaset España tiene posibilidades de generar el mayor impacto positivo.

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

3 SALUD Y BIENESTAR

- 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 2019	INDICADOR
Servicio médico en las instalaciones, disponible para todos los trabajadores	Usuarios 2019 (pág.113)
Contribuir al bienestar de los niños mediante el soporte al bienestar de los padres y cuidadores	Horarios flexibles (pag.107)
	Contrato a tiempo completo / tiempo parcial (pág.104)
Programas de alimentación saludable	(pág.112)
Vacunas ofrecidas (seguras, eficaces y de calidad)	Tipo de vacunas ofrecidas y personas vacunadas (pág.112)

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

ACCIONES 2019	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 (pág.112) 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 (pág.112)

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

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

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Ofrecer programas de capacitación, disponibles y accesibles a todos los grupos	Máster Universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales (pág.111) Showrunner: Aula de ficción (pag. 111) Formación Dual Escuela Superior de Imagen y Sonido CES (pag.111) Hrs de formación a plantilla, desagregado por género y categoría profesional (pá.108-110)
Proporcionar incentivos para que los empleados desarrollen habilidades adicionales o continúen su educación	Becas de estudio (pág.110) Horas de formación (pág.109-110)
Programas de pasantías	Numero de becarios y alumnos en prácticas (pág.102,104)

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

ACCIONES 2019	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 (pág.110) Igualdad de oportunidades en acceso al Máster (pág.106)
Brindar acceso no discriminatorio a la capacitación de los empleados, programas de pasantías y becas	Igualdad de oportunidades en programas de pasantías y becas (pag.106)
Garantizar el acceso equitativo a todos los programas de educación y capacitación respaldados por la empresa	Media de horas de formación de los empleados, desagregada por categoría laboral y género (pág.110)

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Promover el desarrollo sostenible mediante acciones de sostenibilidad y comunicarlas a la plantilla.	Acciones de sostenibilidad comunicadas a la plantilla (pag.150) Acciones de sostenibilidad comunicadas a la audiencia (pag.116-129)

- 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 2019	INDICADOR
Incorporar el principio de igualdad de género en las políticas y procesos	Código Ético (pág.23) Planes de Igualdad (pág.50, 106)
Incluir cláusulas de no discriminación en el código de conducta	Código Ético (pág.23)
Respetar los derechos de las mujeres y apoyar su empoderamiento en el lugar de trabajo	Salario inicial vs salario mínimo (pág.155) Horas de formación por género (pág.110) Proporción de mujeres en Consejo (pág.8) Proporción de mujeres Directivas (pág.103) Plantilla por categoría laboral, género, grupo de edad, tipo de contrato y jornada (pág.152) Brecha salarial (pág155) Número de casos reportados de discriminación (pág.106)
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 (pág107) Permisos parentales (pág.104)
Implementar prácticas de reclutamiento y retención del talento con enforque 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 (pág.153) Porcentaje de trabajadores que ha recibido evaluación de desempeño por categoría laboral y género (pág.104)
Empoderar a las mujeres a través de programas específicos de liderazgo femenino	Programa de desarrollo directivo dirigido a mujeres con potencial (pag 106) Mediaset España comprometida con la sociedad (pag. 116-119)
Revisar el respeto a la igualdad de género dentro de la empresa con regularidad	Informe Anual sobre Igualdad en la Empresa (pag.106)
Establecer una política de tolerancia cero hacia todas las formas de violencia en el entorno laboral y prevenir el acoso sexual	Código Ético (pág.23) Procedimiento para la Gestión del Riesgo Psicosocial y acoso en el Entorno Laboral (pág.50)
Establecer estructuras de apoyo para informar sobre posibles incidencias de discriminación, violencia o acoso	Canales de denuncia confidenciales (pág.51) Número de casos reportados de acoso sexual (pág.106) Número de casos reportados de discriminación (pág.106)

- 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

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Mejorar la eficiencia del uso de energía, agua, materias primas y otros recursos	Consumo de combustibles procedentes de fuentes renovables y no renovables (pág. 148) Consumo de energía dentro y fuera de la organización (pág.148) Intensidad energética (pág.145) Medidas de eficiencia energética (pág.145) Consumo de agua (pág.148) Materiales utilizados (pág.148)
Evaluar y mitigar los impactos ambientales de los servicios	Residuos generados (pág.149) Cálculo de huella de carbono (pág.147)
Influir de forma responsable en los patrones de consumo y promover estilos de vida saludables y sostenibles	Mediaset España comprometida con la sociedad (pag. 122-127)

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Ofrecer mejores sueldos, beneficios y condiciones de trabajo posibles	Salario entrada vs salario mínimo (pág.155) Beneficios sociales y medidas de conciliación (pág.107) Número total y tasa de nuevas contrataciones (pág.153) Número total y tasa de rotación de la plantilla (pág.154) Altos directivos procedentes de la comunidad local (pág.156) Plantilla por tipo de contrato (pág.103, 152) Beneficios otorgados a jornada completa vs parcial (pág. 52) Permisos parentales (pág.104)
Proteger los derechos laborales básicos	Convenios Colectivos (pág 48-49, 105) Planes de igualdad (pág.50-51, 106)
Contribución a la creación de empleo en la comunidad	Inversión en proyecto Southern Cardamom REDD+ Project (pag. 150)

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Implementar programas de capacitación orientados al trabajo o colaborar con expertos en educación para incrementar la relevancia de la educación en los sistemas educativos actuales	Número y tasa de nuevas contrataciones (pág.153) Generación de conocimiento en el sector audiovisual y programas de becas o pasantiías (Pag. 108-109, 111)

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Implementar mecanismos de cumplimiento para eliminar el trabajo forzoso, la esclavitud moderna y el trabajo infantil	Código Ético (pág.23) Convenios Colectivos (pág.48-49, 105) Cláusulas en contratos con proveedores (pág. 19, 54 y 158) Gestión de artistas menores de edad (pág. 26, 41, 49 y 156) Control parental (pág. 43)
Desarrollar procedimientos para abordar las incidencias o sospechas de éstas a lo largo de las actividades comerciales	Buzón ético (pag. 26)

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Implementar el compromiso con los derechos laborales, sin discriminación	Convenios Colectivos (pág.48-49, 105) Planes de igualdad (pág.50-51, 106) Porcentaje de trabajadores cubiertos convenios colectivos (pág.105) Plazos mínimos de preaviso (pág.48)
Introducir sistemas de gestión de la salud y seguridad operacional	Comité de Seguridad y Salud (pág.52) ISO 45001 (pág.52, 112) Tipos y tasas de accidentes y enfermedades profesionales (pág.115)

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

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Modernizar la infraestructura a través de la innovación y la inversión para que sean eficientes y sostenibles	Valor económico generado y distribuido (pág.131) Inversiones técnicas (pág.131) y ambientales (pag. 72) Energías renovables (pag 146)

- Pacto Mundial
- Cluster de Cambio Climático
- Cluster de Transparencia, buen gobierno e integridad
- Responsible Media Forum
- Comunidad #PorElClima
- Comité de Emergencia
- Laboratorio de inversión socialmente responsable

Meta 17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces

ACCIONES 2019	INDICADOR
Entrar en una asociación transparente y responsable con los gobiernos, la sociedad civil y los demás actores relevantes del desarrollo sostenible	Alianzas para la sostenibilidad (pág.68)

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

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Invertir en eficiencia energética en edificios	Iniciativas de eficiencia energética (pág.145)
Reducir emisiones de GEI	Emisiones GEI alcance 1,2 y 3 (pág.147) Intensidad de emisiones de GEI (pág 147)) Iniciativas para la reducción de emisiones (pág.146) Consumo de energía y fuentes (pág.145, 148) Intensidad energética (pág.145) Consumo total de combustibles (pág.148)
Compensación voluntaria de emisiones	Inversión en proyectos que refuerzan los sumideros de carbono naturales (pag. 146, 150)

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

ACCIONES 2019	INDICADOR
Sensibilización y entendimiento sobre el cambio climático entre clientes, empleados, inversores, etc.	Campañas y programas sobre el medio ambiente (pág.122-127, 129)
Estrategias de adaptación corporativa al riesgo climático	Eficiencia energética (pág.145) Consumo de recursos y gestión de residuos (pág.148-149)
Colaboración con agentes para promover redes de conocimiento sobre cambio climático	Alianzas para la sostenibilidad (pág.68)

DESEMPEÑO AMBIENTAL

En el marco de la gestión responsable del negocio, Mediaset España asume el compromiso de gestionar su impacto ambiental de un modo sostenible, consciente de que la principal actividad desarrollada por el Grupo, que se centra en la generación y difusión de contenidos audiovisuales a través de sus distintas ventanas de distribución, genera impactos limitados en el medio ambiente.

No obstante, para minimizar los impactos generados y maximizar las oportunidades derivadas de la mejora en la gestión ambiental, desde hace años la compañía lleva a cabo un esfuerzo continuo de mejora de la eficiencia energética en sus instalaciones, reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y reducción del consumo de recursos naturales y la generación de residuos.

En este sentido y 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.

Las principales instalaciones de la compañía, donde se concentra más del 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.

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

Eficiencia energética - principales iniciativas

Teniendo presente que el principal consumo eléctrico de las instalaciones 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, en 2019 se sustituyeron 877 luminarias y aparatos de iluminación por otros más eficientes y de menor consumo, tanto en decorados como en oficinas.

En conjunto, las inversiones realizadas en 2019 para mejorar la eficiencia energética de la compañía, desde el punto de vista del equipamiento y las instalaciones, han supuesto un ahorro energético estimado global de 2.385 GJ y un coste de más de 100.000€.

INTENSIDAD ENERGÉTICA

2,59

GJ/ HR GRABACIÓN

61.458 GJ (consumo energético-electricidad)
23.702 HR de grabación en estudios en 2019

Emisiones de gases contaminantes

Desde 2009 Mediaset España ha asumido el compromiso de medir y gestionar las emisiones de gases de efecto invernadero producidas por el normal desarrollo de su actividad.

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. Por tanto, toda la energía eléctrica consumida en las instalaciones propias del Grupo proviene de fuentes renovables, instalaciones que se utilizan para actividades de oficina y cuyos consumos representan el 90% del total de energía consumida por el Grupo.

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.

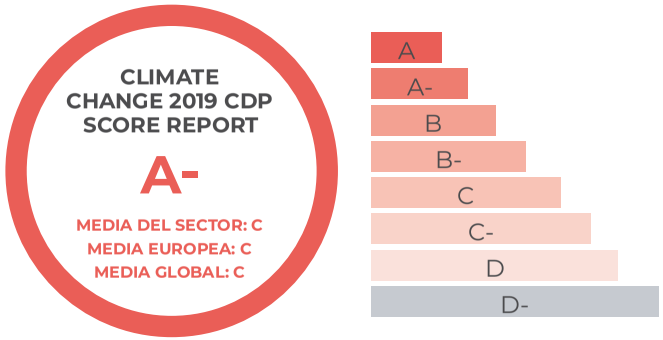
Por otra parte, el Grupo promueve la **movilidad sostenible** entre a sus trabajadores, ofreciendo en Madrid un servicio de autobuses que conecta las instalaciones de la compañía (Fuencarral y Villaviciosa) con estaciones de tren y metro, en un amplio abanico horario, como forma de incentivar un mayor uso del transporte público y contribuir, de ese modo, a limitar las emisiones de gases contaminantes derivadas del commuting.

Habiendo impulsado y mantenido desde hace años diversas iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), Mediaset España ha dado un paso más en su compromiso de contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible con un proyecto de **compensación voluntaria de emisiones** de conservación Forestal REDD+. Ubicado en el suroccidente del Reino de Camboya, el proyecto Cardamomo contribuye a la creación de empleo en la comunidad (ODS 8) y la lucha contra la deforestación (ODS 15), siendo un valioso sumidero de más de 3,5 millones de toneladas de CO2 (ODS 13).

De este modo, en 2019 ha financiado la reducción/ secuestro de las emisiones de GEI equivalentes a sus emisiones residuales de alcance 1+2, adquiriendo créditos de carbono correspondientes a 600 $TnCO_2e$ en dicho proyecto. A través de este mecanismo, la compañía ha logrado alcanzar el cero neto de emisiones de sus operaciones directas, absorbiendo más emisiones que las generadas. Esto no sustituye en ningún caso los esfuerzos del Grupo por reducir estas emisiones cada año.

Mediaset España reporta anualmente sus emisiones de gases de efecto invernadero, respondiendo desde 2009 al cuestionario de cambio climático de la iniciativa Carbon Disclosure Project. Recientemente se han hecho públicas las valoraciones referentes al ejercicio 2018, donde Mediaset España ha obtenido una valoración A- con respecto a la gestión, la que se encuentra muy por encima de la media general y también de la media europea y refleja una mejora respecto de la valoración del año anterior (B).

CDP
DRIVING SUSTAINABLE ECONOMIES
Climate Change



En 2019, las emisiones absolutas de gases de efecto invernadero de Alcance 1 y 2 aumentaron un 0,8% respecto del año anterior, fundamentalmente debido a un incremento en las emisiones asociadas a las recargas de gases refrigerantes que no pudo ser contrarrestada por las reducciones de las emisiones asociadas a los equipos propios y flota de vehículos.

Por su parte, las emisiones indirectas de Alcance 3 se redujeron un 39% fundamentalmente debido a una optimización en la compra de materias primas y servicios y a la mejora en la calidad de los datos utilizados. En cuanto a los datos utilizados, en las estancias en hoteles se ha incorporado el número de pernoctaciones por país; en el transporte aéreo se ha incorporado la clase en que se viaja; y en el transporte in itinere se ha incorporado el desplazamiento estimado de los trabajadores de todas las sedes del Grupo, mientras que hasta 2018 se consideraban solo los desplazamientos en Madrid.

Nota: Si bien las emisiones anteriormente descritas no tienen un impacto material ni significativo dada la actividad de la Compañía, esta realiza su mejor estimación a efectos meramente informativos.

Otras emisiones contaminantes (Tn)

	2017	2018	2019
SOx	0,257	0,037	0,013
NOx	2,140	0,774	0,769
Partículas	0,165	0,061	0,069
CO	7,101	0,302	0,337
COVNM	0,801	0,050	0,050

Nota: los datos de emisiones de NOx, SOx y otras emisiones significativas a la atmósfera son los correspondientes a los consumos directos de energía (calderas), del combustible utilizado en los vehículos de flota y de la electricidad consumida.

Inventario de emisiones GEI (en toneladas de CO_2 equivalente)

Alcance 1: Emisiones directas

EQUIPOS PROPIOS O CONTROLADOS
275,61
2018: 294,11
2017: 242,82

FLOTA DE VEHÍCULOS[1]
69,94
2018: 101,30
2017: 285,25

CLIMATIZACIÓN Y RECARGAS GASES REFRIGERANTES
179,67
2018: 125,77
2017: 565,43

TOTAL: 525,22

Alcance 2: Emisiones indirectas

MARKET BASED[2]
0
2018:0
2017: 0

TOTAL: 0

Notas
(1) A partir de 2018, los vehículos de renting para Directivos pasan a considerase dentro del Alcance 3, ya que forman parte de la retribución variable de éstos.
(2) Mediaset España no tiene emisiones de alcance 2, ya que compra el 100% de su energía eléctrica con certificado de origen renovable.

TOTAL ALCANCE 1+2+3
98.400
TN CO_2E

INTENSIDAD EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO
1,60

98.400 Tn emisiones CO_2e
61.320 HR programación en 2019

Alcance 3: Otras emisiones indirectas

VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE AÉREO
495,62
2018: 364,81
2017: 400,06

VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE FERROVIARIO
9,49
2018: 21,64
2017: 25

VIAJES DE NEGOCIO TRANSPORTE TERRESTRE[1]
259,03
2018: 464,43

DESPLAZAMIENTOS DE PLANTILLA IN-ITINERE
1.557,34
2018: 1.204,68
2017: 1.335,16

VIAJES DE NEGOCIOS- ESTANCIA EN HOTELES[4]
51,5
2018: 188,97
2017: 587,62

OTRAS EMISIONES (UPSTREAM)[2]
35.979,19
2018: 90.613,60
2017: 104.786.68

OTRAS EMISIONES (DOWNSTREAM)[3]
59.522,23
2018: 68.764,84
2017: 75.820,20

TOTAL: 97.874,78

(1) Desde 2018 incluye las emisiones generadas por los vehículos de renting de los Directivos consideradas en años anteriores dentro del Alcance 1.
(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 2019 han correspondido a las asociadas a las actividades de compra de bienes y servicios.
(3) Incluye las emisiones aguas abajo (dowstream) fuera de la organización, calculadas de acuerdo a las categorías de Alcance 3 del GHG Protocol. Se incluyen las emisiones asociadas al uso de productos vendidos por Mediaset y a las inversiones de la compañía en derechos audiovisuales y cine. Ambas categorías suponen en 2019 aproximadamente un 60% de las emisiones de Alcance 3.
(4) Hasta 2018 se utilizaron los factores de emisión de CEDA para el cálculo de emisiones; en 2019 se ha utilizado el factor de emisión de DEFRA.

Consumo de recursos y generación de residuos

El **consumo de recursos** en 2019 ha mantenido, a nivel general, la pauta de reducción de años anteriores.

El **consumo eléctrico** en 2019 se incrementó un 4% mientras que las horas de grabación en estudios aumentaron un 6%, lo que refleja un desacople entre el incremento de la actividad y el consumo de recursos, demostrando que las medidas de eficiencia energética se encuentran en su nivel óptimo de implantación y mantenerlas garantiza que no se vea incrementada la demanda energética ante un incremento en la actividad.

El consumo de **gasóleo** está, por un lado, ligado al arranque de los equipos. Éste, se ha mantenido igual que el año anterior ya que solo se han arrancado los equipos de forma preventiva. Por otro, en 2018 se incorporó una estimación del combustible utilizado por los coches de flota en el año, el cual en 2019 se ha reducido respecto al año anterior.

El **gas natural**, que se utiliza para la cocina y para calefaccionar las instalaciones, experimentó un descenso, debido al cierre de las cocinas durante unas semanas, para su mantenimiento, así como una menor necesidad de calefaccionamiento debido a un aumento de las temperaturas.

La variación en el **consumo del agua** se debe fundamentalmente a las obras llevadas a cabo en las instalaciones, junto con una mayor actividad de producción.

En cuanto al **consumo discos**, en 2019 se produjo el aprovisionamiento de discos de 50 gb para sustituir a los discos de 23 gb., debido a la mejora en la calidad de las grabaciones que requieren discos con mayor capacidad.

La sostenida reducción en el **consumo pilas** se debe a la sustitución progresiva, en especial durante el ejercicio 2019, de sistemas de comunicación que utilizan baterías recargables en lugar de pilas.

Consumos

AGUA (M^3)[1]
28.723
+13%
2018: 25.327
2017: 28.662

ELECTRICIDAD (GJ)[1,4]
61.458
+4%
2018: 59.133
2017: 63.919

GASÓLEO (GJ)[1]
1.397
-2%
2018: 1.428,5
2017: 76

GAS NATURAL (GJ)[1]
5.311
-6%
2018: 5.674
2017: 4.638

PILAS/BATERÍAS (KG)[1]
762
-65%
2018: 1.705
2017: 2.247

DISCOS (KG)[1]
989
-530%
2018: 157
2017: 1.734

PAPEL (KG)[2,3]
19.609
-3%
2018: 20.175
2017: 17.567

TÓNERS (KG)[2]
504,38
-59,7%
2018: 1.251
2017: 1.121

Leyenda: M^3=metros cúbicos; GJ=Gigajulios; KG=kilogramos
(1) Corresponde a las sedes de Fuencarral y Villaviciosa en Madrid, donde se concentra el 95% de la plantilla y se llevan a cabo todas las actividades vinculadas a la producción audiovisual.
(2) Corresponde a todos los centros de trabajo en España, ya que la compra se realiza de forma centralizada.
(3) El consumo de papel reciclado corresponde a un 13,11% del total.
(4) Se ha incluido la estimación de la electricidad generada por los paneles solares instalados.

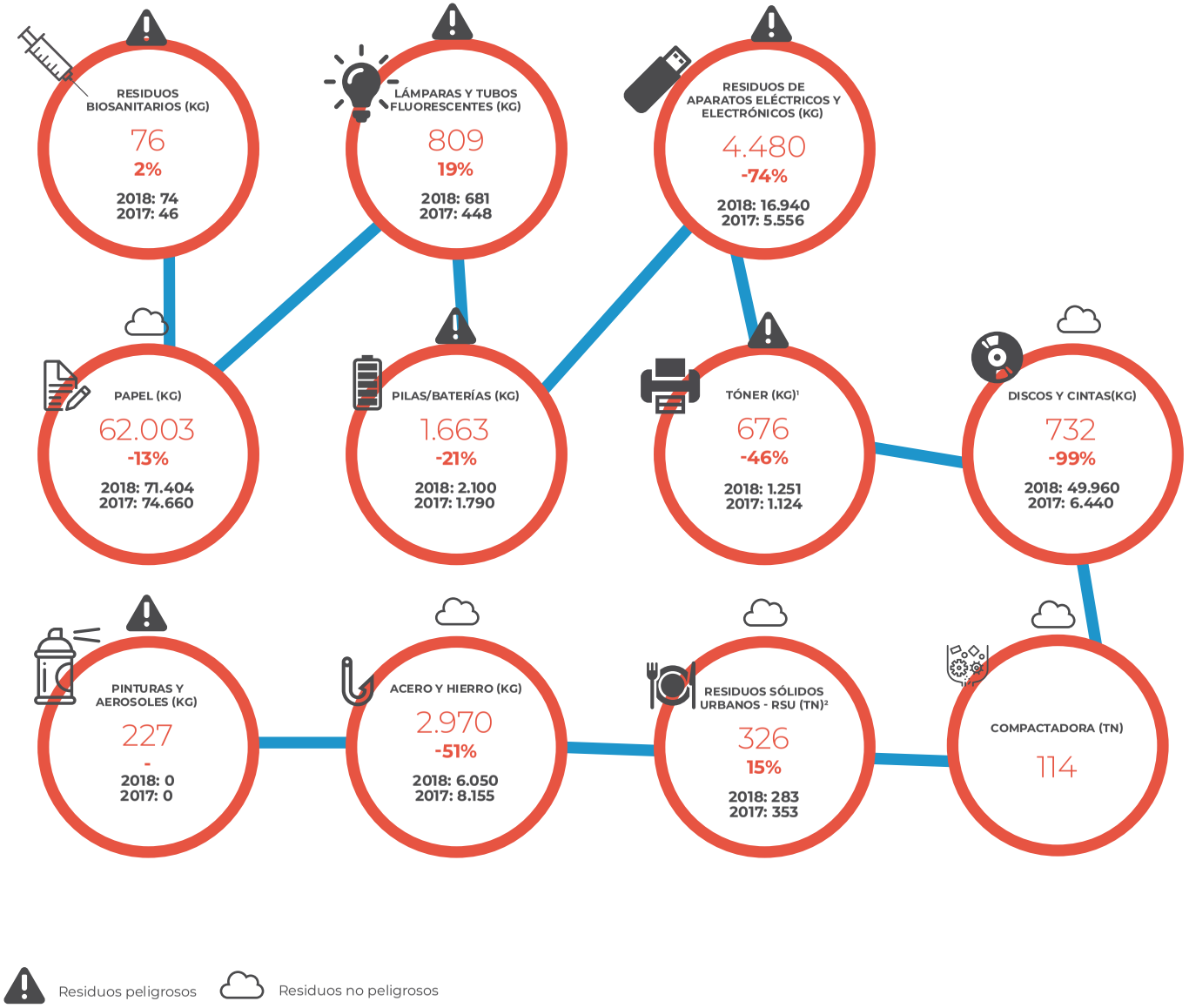
Al igual que en años anteriores, la **generación de residuos** vino dada por el trascurso normal de la actividad, tanto de la actividad de producción audiovisual, como por la actividad de oficina, o el comedor para sus empleados. En este sentido, todos los residuos generados se han gestionado adecuadamente, 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.

Al igual que el año anterior, las principales variaciones en los residuos gestionables por Mediaset España se han producido en Discos, RAEs, Lámparas y tubos fluorescentes.

Desde 2018, de la mano del proveedor de servicios de restauración en las instalaciones de Fuencarral,todos los vasos, tapas y demás plásticos utilizados en el comedor corresponden a materiales biodegradables.

Residuos



Corresponde a las sedes de Fuencarral y Villaviciosa en Madrid, donde se concentra el 97% de la plantilla y se llevan a cabo todas las actividades vinculadas a la producción audiovisual.
(1) Estimación en base al consumo.
(2) Corresponde a una estimación de los residuos sólidos urbanos generados por persona, teniendo en cuenta a toda la plantilla del Grupo y las actividades de restauración llevadas a cabo en la sede de Fuencarral.

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 tiene una doble finalidad: 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.

Desde sus inicios, el Grupo ha contribuido al reciclado de 516.500 tapas de plástico y evitado 1.550 Kg de CO_2e.

TAPONES RECICLADOS 2019
178.500

CO_2 EVITADO 2019
563 KG

DIPLOMA de COLABORACIÓN

Fundación SEUR agradece a

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION S.A.

Su contribución solidaria, en 2019, a través de la entrega de
178.500 tapones de plástico

Para el proyecto "Tapones para una nueva vida"® impulsado por Fundación SEUR. Gracias a vosotros, muchos niños y niñas reciben la ayuda que necesitan, a la vez que se contribuye a la protección del medio ambiente.

En Madrid a 17 de Febrero de 2020

El Patronato de Fundación SEUR

COMPENSACIÓN VOLUNTARIA DE EMISIONES

Consciente del importante rol que juega la **compensación de carbono** en los esfuerzos para abordar la emergencia climática, a través de la financiación de proyectos destinados a reducir las emisiones de GEI y reforzar los sumideros de carbono naturales o tecnológicos, Mediaset España ha adquirido en 2019 créditos de carbono para absorber 600 tonelada de CO_2, más del conjunto de sus emisiones de alcance 1 y 2, el proyecto Southern Cardamom REDD+ Project, en el suroccidente del Reino de Camboya.

La Cordillera de Cardamomo se extiende a lo largo de la frontera con Tailandia, hogar de la segunda selva tropical virgen más grande del sudeste asiático y se encuentra bajo una fuerte amenaza por la tala ilegal y la caza furtiva. El proyecto de compensación se centra en el sur de esta región, con el objetivo de preservar la biodiversidad y el hábitat de muchas especies autóctonas, muchas de las cuales están en la Lista Roja de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza.

ECONOMÍA CIRCULAR

Desde 2009, Mediaset España promueve anualmente la realización de mercadillos con la ropa adquirida o en cesión que utilizan los presentadores de sus programas o en las series producidas por la compañía y no tendrán un uso posterior.

PRENDAS VENDIDAS
2.557

2019

PRENDAS DONADAS
549

PRENDAS PARA SIGUIENTE MERCADILLO
1.190

GESTIÓN DEL IMPACTO DE LOS PROGRAMAS EN ENTORNOS NATURALES

Las producciones realizadas en entornos naturales han sido gestionadas por las productoras teniendo en cuenta una serie de condiciones dirigidas a garantizar que las mismas se realizan de forma sostenible.

SUPERVIVIENTES 2019

La aventura se desarrolló nuevamente en Honduras, en un archipiélago de cayos e islas englobados dentro de un área protegida. Desde 2006, el programa ha integrado en su gestión el cuidado ambiental y el respeto de todo lo relacionado con la biodiversidad, cumpliendo estrictamente las normas determinadas por el Gobierno de Honduras.

- **Convivencia con el ecosistema:** los concursantes y el equipo del programa recibieron indicaciones sobre cómo actuar en la zona; entre otros, sobre las especies protegidas, cómo detectar nidos de tortuga y balizarlos o cómo actuar si algún animal se encuentra en las zonas de grabación.

- **Agua:** es un recurso escaso y por tanto, su uso está limitado. Al inicio de la producción se transportan 40.000 galones de agua que se almacenan en unos depósitos en Cayo Menor, a efectos de no utilizar usar el pozo natural.

- **Materiales:** los elementos naturales que se utilizan tanto en la elaboración de los juegos como en la construcción de refugios para los concursantes, no se extraen del área protegida, sino que se adquieren en el continente, a empresas o personas autorizadas. Dichos productos reciben un tratamiento natural previo a su introducción en el área protegida, para limpiarlos de cualquier infección o insecto no autóctono.

- **Productos de higiene:** se utilizan solo productos biodegradables, aprobados por la Fundación que gestiona y cuida el área protegida. Cualquier acción que requiera del uso de otro tipo de productos se realiza en el continente.

- **Residuos**: periódicamente se realizan limpiezas exhaustivas de las playas para retirar los deshechos que arrastra el mar. Estos deshechos se transportan al continente para su debida gestión.

LA ISLA DEL HÉROE

La grabación se llevó a cabo en la Isla Centinela, en el Embalse del Burguillo, siguiendo una serie de medidas dirigidas a preservar los hábitats naturales y minimizar el impacto ambiental.

- **Materiales:** construcción de escenarios y espacios de juego mediante la fabricación y utilización de elementos no contaminantes y materiales reciclables tales como cuerdas vegetales y madera, así como la reutilización de escenografías y elementos fabricadas para otras producciones.

- **Productos locales:** uso y consumo de productos de proximidad tanto alimentarios como materiales, trabajando con proveedores locales del El Tiemblo.

- **Plástico:** reducción de su uso mediante la compra a granel, el uso de envases de vidrio, bolsas de tela o cajas de cartón.

- **Residuos:** coordinación con el Ayuntamiento para l depósito y la retirada de los residuos orgánicos durante el rodaje; establecimiento de puntos de reciclaje en cada set de grabación.

- **Consumo eléctrico:** incremento del uso de la luz natural en los sets de grabación mediante la creación de escenarios en el exterior y reduciendo la necesidad de iluminar espacios con luz artificial.

VOLANDO VOY

El programa promueve la protección y conservación de los entornos naturales. La producción ha solicitado los permisos pertinentes y respetado las restricciones establecidas por la autoridad competente en los entornos naturales visitados.

- **Parque Nacional de Ordesa y Monteperdido:** se respetaron las restricciones establecida al vuelo del helicóptero.

- **Valle de Laciana:** se siguieron las limitaciones establecidas por motivo de anidamiento de aves.

VIAJEROS CUATRO

Todas las grabaciones realizadas en áreas protegidas se han realizado con los permisos necesarios, acompañados en todo momento por los responsables y siguiendo siempre sus instrucciones para evitar perjudicar de cualquier forma el entorno natural.

LOS GIPSY KINGS

En 2019 se realizaron grabaciones en La Flecha del Rompido, Huelva, que forma parte del Paraje Natural Marismas del Rio Piedras y Flecha del Rompido.

En todo momento solo ocuparon las zonas permitidas, señalizadas y públicas.

El desplazamiento hasta la zona se realizó utilizando el servicio de transporte público con el que cuenta la localidad.

Durante la grabación se utilizaron envases reutilizables y al finalizar, se retiraron todos los residuos generados.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Alcance: Grupo Mediaset, datos a 31 de diciembre de 2019, salvo que se indique lo contrario. Para los datos de personal, ya sea plantilla o colaboradores externos, se utiliza el concepto head count.

	2019	2018	2017
Plantilla media (1)	1558,5	1.267	1.280
Plantilla al final del periodo (2)	1551	1.258	1.273
Becarios (3)	366	187	132
Alumnos en prácticas (4)	77	80	78
Promedio de edad de la plantilla (años) (5)	44,8	46.21	45,43
Proporción de empleo femenino	48,30%	50,36%	50,23%
Proporción de trabajadores con contrato indefinido (6)	94,1%	99,84%	98,27%
Antigüedad media de la plantilla (años)	14,69	16.96	16,24

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual 2018. 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) Dato total anual
(4) Dato total anual
(5) Calculada a 31 de diciembre de cada ejercicio.
(6) Corresponde al personal de estructura con contrato indefinido, a 31/12.

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

Personal de estructura	Directivos		Jefe dpto.		Periodistas		Empleados		Operarios		Totales	
	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M	H	M
Mediaset España	46	22	33	33	52	88	379	338	15		526	481
Publiespaña	18	11	8	9			37	101	1		64	121
Telecinco Cinema	3	1		1			1	2			4	4
Conecta 5	2	1		1		1	2	2			4	5
Netsonic (España)							3				3	0
Netsonic (filiales)							1	1			1	1
Mediterraneo		2						6			0	8
Megamedia	2	1	3	2	29	37	62	25			96	65
Supersport	1		2	2	28	10	16	12			47	24
Eldesmarque	1	1	2		35	5	4				42	6
Personal											0	0
coyuntural											0	0
Mediaset España					1		4	4			5	4
Megamedia					15	17	6	2			21	19
Totales	**73**	**39**	**48**	**48**	**160**	**158**	**515**	**493**	**16**	**0**	**813**	**738**

*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.

Distribución de la plantilla por categoría profesional, edad y género

	Hombres			Mujeres		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Directivos	0	36	37	0	23	16
Jefes de departamento	0	26	22	0	24	24
Periodistas	48	94	19	23	117	18
Empleados	39	286	190	24	331	138
Operarios	0	12	4	0	0	0
Total	**87**	**454**	**272**	**47**	**495**	**196**

Distribución de la plantilla por tipo de contrato y edad

	Indefinido			Temporal		
Tramo de edad	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL
<30	48	30	78	39	17	56
30-50	432	479	911	22	16	38
>50	271	195	466	1	1	2
Total	**751**	**704**	**1455**	**62**	**34**	**96**

Distribución de la plantilla por tipo de contrato y categoría profesional

	2019				2018			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivos	73	39	-	-	74	41	-	-
Jefes de departamento	48	48	-	-	42	42	-	-
Periodistas	122	138	39	20	54	88	1	1
Empleados	492	479	23	14	-	-	-	-
Operarios	16	-	-	-	442	464	5	4
Totales	**1.455**		**96**		**1.251**		**22**	

Distribución de la plantilla a tiempo parcial

	2019		2018		2017	
	H	M	H	M	H	M
Directivo	0	4	-	3		3
Jefe Dpto.	0	6	1	5	1	5
Periodistas	5	34	2	31	2	27
Empleados	16	94	13	105	13	110
Operarios	1	0				
Total	**22**	**138**	**16**	**144**	**16**	**145**

Distribución de la plantilla por tipo de jornada, edad y género

	Tiempo completo			Tiempo parcial		
Tramo de edad	**H**	**M**	**TOTAL**	**H**	**M**	**TOTAL**
menos de 30	83	46	129	4	1	5
30-50	445	376	821	9	119	128
>50	263	178	441	9	18	27
Total	**791**	**600**	**1391**	**22**	**138**	**160**

Altas de contratos indefinidos

Edad	**H**	**M**	**TOTAL**
España			
menos de 30	19	7	26
30-50	21	9	30
mas de 50	1	1	2
Total	41	17	58
Internacional			
menos de 30	1	1	2
30-50	0	3	3
mas de 50	0	0	0
Total	1	4	5

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

Tasa de contratación por edad, género y país

	España			Internacional		
	H	**M**	**TOTAL**	**H**	**M**	**TOTAL**
menos de 30	21,93%	15,61%		303,0%	48,1%	
30-50	4,60%	1,73%		0,0%	48,6%	
más de 50	0,39%	0,55%		0,0%	0,0%	
Total	5,12%	2,28%		21,41%	48,48%	4,04%

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

Distribución de las bajas por edad, género y país

Edad	**H**	**M**	**TOTAL**
España			
menos de 30	7	4	11
30-50	24	20	44
más de 50	12	4	**16**
Total	43	28	71
Internacional			
menos de 30	1	3	4
30-50	2	9	11
más de 50	0	0	0
Total	3	12	15
TOTAL BAJAS			86

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.

Distribución de los despidos por edad, género y categoría profesional

	Directivos	**Jefe dpto.**	**Periodistas**	**Empleados**	**Operarios**	**Total**
más de 50	6	3	-	2	1	12
H	5	1	-	2	1	9
M	1	2	-	-	-	3
30-50	2	-	1	10	-	13
H	1	-	1	3	-	5
M	1	-	-	7	-	8
menos 30	-	-	-	5	-	5
H	-	-	-	3	-	3
M	-	-	-	2	-	2
Total	**8**	**3**	**1**	**17**	**1**	**30**

Rotación por grupo de edad y género

Edad	H	M	TOTAL
menos de 30	9,2%	14,9%	11,2%
30-50	5,6%	5,5%	5,6%
más de 50	4,6%	2,2%	3,6%
Total	5,7%	5,3%	5,5%

Nota: Calculado con respecto a la plantilla media con contrato indefinido.

Rotación por grupo de edad, género y país

Edad	H	M	TOTAL
España			
menos de 30	15,6%	12,8%	24,5%
30-50	5,4%	4,0%	466%
más de 50	4,7%	2,2%	6,2%
Total	5,8%	3,9%	4,9%
Internacional	**H**	**M**	**TOTAL**
menos de 30	303,0%	144,2%	165,29%
30-50	46,2%	145,9%	104,76%
más de 50	N/A	N/A	N/A
Total	42,83%	109,09%	116,10%

Nota: Calculado con respecto a la plantilla media con contrato indefinido.

Plantilla con discapacidad

2019		
	H	**M**
Periodistas	1	1
Empleados	4	3
Total	**5**	**4**

Absentismo

2019			
	H	**M**	**TOTAL**
Horas perdidas	62.712	90.504	153.216

"Nota: Se han considerado las horas perdidas por motivos de enfermedad común, accidente no laboral, accidente laboral in itinere,
accidente laboral con baja y bajas por permisos parentales."
Alcance: Grupo Mediaset España salvo ElDesmarque

Horas trabajadas

	TOTAL 2018
Plantilla[1]	2.655.769
Trabajadores ETT	350.002

(1) Nota: las horas trabajadas son una estimación a partir de las horas estipuladas en el Convenio Colectivo de Mediaset España y la plantilla media del ejercicio.

Siniestralidad laboral por género

	H	**M**
I. Frecuencia	3,25	2,57
I.Gravedad	0,10	0,11
I. Incidencia	5,27	4,06
Tasa lesiones registrables	8,13	7,71

Alcance: Grupo Mediaset España salvo El Desmarque
I. Frecuencia= nº ALCB x 1000000 / Horas trabajadas
I Gravedad = Jornadas perdidas por ALCB x 1000 / Horas trabajadas
I. Incidencia = nº ALCB x 1000 / Plantilla media
Tasa lesiones registrables= nº ALCB+ALII x 1000000/Horas trabajadas

Horas de formación por categoría laboral y género

	2019		**2018**		**2017**	
	H	**M**	**H**	**M**	**H**	**M**
Directivo	639	1275	1.042	1.161	328	655
Jefe Dpto.	1024	1077	1.527	595	344	813
Periodista	769	1948	289	465	-	12
Empleados	4592	4383	7.161	5.188	3.974	3.972
Operarios	139	8	254	168	697	88
ETT	320	735				
Total	**7.483**	**9.426**	**10.273**	**7.577**	**5.343**	**5.540**
	17.850		**10.883**		**13.225**	

Alcance: Grupo Mediaset España.

En materia de formación en derechos humanos, en 2019 se han impartido 130 horas de formación a 8 participantes en cursos con contenidos relacionados. Esta formación ha estado centrada fundamentalmente en el ámbito de la protección de datos personales.

Por otra parte, el 100% del personal de seguridad subcontratado por Mediaset España ha recibido formación en materia de Derechos Humanos, ya que cuenta con su Tarjeta de Identidad Profesional (T.I.P.).

Cabe resaltar que no existen acuerdos de inversión significativos en Mediaset España.

La retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en 2019 ha sido 35,68 veces superior a la retribución total anual media de la plantilla. La información ha sido calculada a partir de la remuneración media de los empleados en plantilla a 31 de diciembre de 2019, exceptuando 8 coyunturales y 4 empleados que se encuentran fuera de España.

La persona mejor pagada ha tenido un incremento en su remuneración del 13,27% respecto al ejercicio anterior, mientras que la retribución media de la plantilla ha descendido un 10,93% debido, principalmente, al cambio en el perímetro de consolidación por el que hay 3 nuevas sociedades. La información ha sido calculada a partir de la remuneración media de los empleados en plantilla a 31 de diciembre de 2019, exceptuando 8 coyunturales y 4 empleados que se encuentran fuera de España.

No existe una estructura de **planes de pensiones** como beneficio social otorgado por la empresa a los trabajadores.

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

Conecta5 y Megamedia		Publiespaña y netsonic		Mediaset, Telecinco Cinema y Mediterraneo		Supersport		El Desmarque	
Nivel 1	1,44	Nivel 1	1,76	Nivel 1	0,98	SP1	1,84	Grupo 1	1,71
Nivel 2	1,39	Nivel 2	1,56	Nivel 2	1,28	SP2	1,57	Grupo 2	1,50
Nivel 3	1,34	Nivel 3	1,49	Nivel 3	1,49	SP3	1,37	Grupo 3	1,32
Nivel 4	1,29	Nivel 4	1,48	Nivel 4	1,70	SP4	1,24	Grupo 4	1,15
Nivel 5	1,19	Nivel 5	1,48	Nivel 5	1,89	SP5	1,17	Grupo 5	0,97
Nivel 6	1,14	Nivel 6	1,38	Nivel 6	2,13	SP6	1,104	Grupo 6	0,84
Nivel 7	1,09	Nivel 7	1,37	Nivel 7	2,38	SP7	1,04		
Nivel 8	1,04	Nivel 8	1,27	Nivel 8	2,64	SP8	0,97		
Nivel 9	1,00	Nivel 9	1,24	Nivel 9	2,89	SP9	0,84		
		Nivel 10	1,232	Nivel 10	3,40				
		Nivel 11	1,16						

Salario medio por categoría profesional (miles de euros)

	2018	2019
Directivo	179	188
Jefe Dpto.	70	71
Periodistas	55	41
Técnico	48	
Empleados y operarios	37	
Empleados		42
Operarios		33

Salario medio por tramo de edad (miles de euros)

	2018	2019
<30	25	18
30-50	52	48
>50	80	76

Salario medio por género (miles de euros)

	2018		2019	
	H	M	H	M
Directivo	203	132	218	133
Otras categorías	53	45	44	43

Nota: En virtud de ofrecer un desglose de categorías laborales homogéneo a lo largo de todo el Informe se han reorganizado los datos presentados en el 2019, no resultando las categorías de Empleados y Operarios comparables al 100% con el año anterior. El cálculo de la remuneración media se ha realizado para los empleados en plantilla a 31 de diciembre de 2019, exceptuando 8 coyunturales y 4 empleados no expatriados de las empresas Netsonic radicadas en Méjico, Colombia y USA, cuya política retributiva es independiente de la de Mediaset España, y que responde a las condiciones presentes en el mercado de dichos países.

BRECHA SALARIAL	2019
DIRECTORES GRALES.*	
DIRECTIVOS	28,46%
NO DIRECTIVOS	0,66%

*Todos los Directores Generales son hombres.

Nota: El cálculo de la brecha salarial se ha realizado para los empleados en plantilla a 31 de diciembre de 2019, exceptuando 8 coyunturales y 4 empleados no expatriados de las empresas Netsonic radicadas en Méjico, Colombia y USA, cuya política retributiva es independiente de la de Mediaset España, y que responde a las condiciones presentes en el mercado de dichos países.

$$\frac{\text{(Remuneración media hombre - remuneración media mujer)}}{\text{Remuneración media hombre}}$$

BENEFICIOS SOCIALES

Mediaset España no cuenta con una estructura de planes de pensiones como beneficio social otorgado a los trabajadores, si bien ofrece una extensa batería de beneficios sociales y medidas de conciliación que se encuentran detalladas en el apartado Gestión del Equipo Humano de este documento (MODELO DE GESTIÓN). El Grupo se esfuerza en mejorar la calidad de vida de sus empleados y por este motivo la desconexión laboral se facilita a través de las medidas de conciliación y los beneficios sociales.

TRABAJADORES CONTRATADOS A TRAVÉS DE ETT

Los trabajadores contratados a través de ETT realizan labores de apoyo en la producción audiovisual, así como a las distintas áreas del negocio. Su distribución en las categorías profesionales es la siguiente:

Distribución trabajadores ETT por categoría laboral

Jefe Depto.	0
Administrativo	0
Periodista	82
Técnicos	545
Opreario	38

Trabajadores de ETT por edad y género

	H	M	TOTAL
menos de 30	169	202	**371**
30-50	162	99	**261**
más de 50	24	9	**33**
Total	**355**	**310**	**665**

En 2019, el total del personal contratado por ETT ha trabajado 350.002 horas y se han producido 3 accidente laborales con baja y 2 accidentes laborales in itinere, todos ellos de carácter leve. La tasa de lesiones registrables en este colectivo ha sido de un 14,3.

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,** en el Grupo Mediaset siguen produciéndose contrataciones y nombramientos de directivas de manera natural y en base a sus capacidades.

Con respecto al 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.

Cabe destacar que, de las 4 personas distribuidas fuera de España,no hay ningún Directivo y en España, un 91,15% de los Directivos provienen de la comunidad local.

La libertad de asociación y el derecho a la asociación o acogimiento a convenios colectivos se encuentra plenamente garantizada en todos los centros de trabajo del Grupo Mediaset España, tal y como se describe en el apartado Equipo Humano de este documento (MEDIASET ESPAÑA EN 2019).

Mediaset España gestiona la participación de artistas menores de edad en sus programas siguiendo estrictamente los criterios y procedimientos establecidos al respecto por la Consejería de Empleo de la Comunidad de Madrid, por lo cual mitiga al máximo el riesgo de explotación infantil. Por otro lado mediante todos los mecanismos de gestión de Recursos Humanos, comentados en el apartado Gestión del Equipo Humano, el Grupo garantiza que no se produzcan episodios de **trabajo forzado** y establece los cauces para denunciar cualquier episodio, en caso de que se produjera.

Los procedimientos que garantizan el cumplimiento de los **derechos humanos** se encuentran plenamente implantados en el Grupo Mediaset España y garantizados por los mecanismos de gestión que atañan a cada ámbito: Gestión de los Contenidos, Gestión del Equipo Humano, Gestión de la Publicidad, Relación con los Grupos de interés, etc. ampliamente desarrollado en este documento en el capítulo MODELO DE NEGOCIO.

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 o dirigiéndose directamente a cualquier miembro del SPM.

En España existe legislación que faculta a los Delegados de Prevención para detener un proceso o actividad que consideren puede causar una daño o enfermedad a los empleados, con la salvaguarda legal necesaria para que no puedan adoptarse represalias hacia ellos de ningún tipo.

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

ANTICORRUPCIÓN Y COMPETENCIA DESLEAL

Los mecanismos de gestión y políticas del Grupo establecidas para luchar contra la corrupción se encuentran detalladas en el apartado Gestión de Riesgos de este documento (MODELO DE GOBIERNO). En 2019 la formación en esta materia ha estado dirigida a los Directivos y la Alta Dirección, habiéndose formado a 6 personas (5% del total del colectivo). 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 del Grupo. Por consiguiente, las **políticas y procedimientos del Grupo** en materia anticorrupción han sido comunicadas a todos los miembros del Consejo.

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 2019 todas las productoras participadas que suscribieron contratos con Mediaset España han firmado la cláusula anticorrupción.

Para garantizar que las **donaciones benéficas y los patrocinios** realizadas a otras organizaciones no enmascaran un soborno, el Grupo Mediaset cuenta con una Política de entrega y aceptación de regalos, para evitar la recepción u ofrecimiento de regalos 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 Grupo dispone de un Procedimiento para la Venta de Bienes de Ambientación, Escenografía y Vestuario en el que se establece los niveles de aprobación en caso de donación de forma gratuita.

Por otra parte, 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. A su vez, el Grupo 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 monopólicas y/o contra la libre competencia en el desempeño de las actividades de negocio. En este sentido, de acuerdo con el Código Ético de Mediaset España, todo el personal está obligado a tomar todas las medidas oportunas para cumplir la legislación vigente, estableciéndose que, ante cualquier duda que pueda plantear cualquier actuación, se deberá consultar con la Dirección General Corporativa de la compañía.

Asimismo, se establece el deber de que las relaciones con todos los grupos de interés son claves de la reputación y el beneficio empresarial y deberán ser francas, honestas, leales, respetuosas y éticas.

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

Las aportaciones financieras o en especie a partidos políticos o instituciones relacionadas vienen reguladas en el Código Ético no siendo permitidas sin la aprobación del Consejero Delegado y en cumplimiento de la legislación vigente.

En 2019, el Grupo no tiene conocimiento de que se hayan realizado contribuciones a partidos y/o representantes políticos -financieras o en especie- directa o indirectamente en nombre de Mediaset España.

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, tal y como se detalla en el apartado Gestión de Contenidos de este documento (MODELO DE NEGOCIO).

Del mismo modo, sigue un estricto cumplimiento de la normativa vigente y guías de autorregulación en materia de comunicación comercial audiovisual (mensajes publicitarios, promoción, patrocinio y emplazamiento de producto) y autopromociones, tal y como se describe en el apartado Gestión de la Publicidad de este documento (MODELO DE NEGOCIO).

Sin embargo, a pesar de adoptarse todas medidas posibles para garantizar la gestión responsable tanto de los contenidos como de la publicidad emitidos, ha habido situaciones en las que los procedimientos establecidos no han podido mitigar posibles situaciones de incumplimientos.

En este sentido, en materia de adecuada calificación de programas, no se ha producido ningún incidente que diera lugar a advertencias. Sin embargo, en 2019 Mediaset España ha recibido de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia cinco resoluciones sancionadoras en materia publicitaria. Una por exceso de tiempo de publicidad, dos por emplazamientos publicitarios indebidos y dos por publicidad encubierta. El importe total de las mismas ha sido de 1.019.695 euros; todas ellas recurridas en via judicial.

A fecha del presente Informe, no se encuentra aún publicado el Informe Anual 2019 de la Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, que recoge las reclamaciones recibidas a través del formulario incluido en la web de www.tvinfancia.es en relación con contenidos y programas difundidos. Según el dato interno provisional relativo a Mediaset España se tramitaron 20 reclamaciones dirigidas contra este operador, apreciando el Comité de Autorregulación inconvenientes para la emisión de dichos contenidos en un caso. Como consecuencia Mediaset España revisó la calificación de edad del programa en cuestión.

Por su parte, en materia de publicidad emitida, en 2019 no se recibió ninguna reclamación, ni se produjo incidente alguno de incumplimiento del Código, tramitadas a través del Jurado de Autocontrol.

En cuanto a la medición de la satisfacción de la audiencia, la misma se lleva a cabo utilizando los mecanismos detallados en el apartado Gestión de los Contenidos de este documento (MODELO DE NEGOCIO) y los resultados son seguidos diariamente por el equipo de ANTENA, ajustando la parrilla en función de los mismos. Mediaset España no divulga públicamente esta información por considerarla un dato sensible del negocio.

SALUD Y SEGURIDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

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 Gestión de los Contenidos y Gestión de la Publicidad de este documento (MODELO DE NEGOCIO).

En este sentido, en 2019 no se han producido incidentes que dieran lugar a multas o sanciones económicas, advertencias o incidentes de incumplimiento de códigos voluntarios sobre los impactos que los productos o servicios del Grupo 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 2019 algún producto o programa se hubiese encontrado en litigio y existieran motivos fundados, la compañía hubiera adoptado todas las medidas cautelares necesarias para la paralización de su comercialización, hasta la resolución del mismo.

EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Mediaset España no lleva a cabo un análisis formal de sus proveedores en materia de prácticas laborales, derechos humanos, impactos sociales o desempeño ambiental. No obstante, para garantizar el desempeño ético de su cadena de suministro, la compañía introduce una cláusula de obligado cumplimiento y respeto para todos sus proveedores que contempla estos asuntos.

No obstante, el Grupo traslada a sus proveedores el compromiso de respetar, entre otros aspectos, los derechos laborales y sindicales de sus trabajadores, no utilizar mano de obra infantil y rechazar cualquier clase de trabajo forzoso, tal y como se describe en el apartado Gestión de la Cadena de Proveedores de este documento (MODELO DE NEGOCIO).

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 por el Grupo, 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 Gestión de los Contenidos de este documento (MODELO DE NEGOCIO).

MEDIO AMBIENTE

La principal actividad del Grupo es la producción y emisión de contenidos audiovisuales. Por ello, los residuos de materiales de embalaje producidos se consideran no significativos. No obstante, el Grupo tiene cubiertas 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 CO_2 asociadas, tanto upstream como downstream.

Mediaset España utiliza insumos de oficina que provengan de materiales reciclados, tales como papel reciclado o tóner, en aquellos equipos en los que sea posible. En este sentido, en 2019 se han utilizado 2.571kg de papel reciclado a la vez que se ha procurado utilizar tóner recargado en lugar de comprar cartuchos nuevos.

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. Las instalaciones gestionadas directamente por el Grupo 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, tal y como se describe en el apartado Desempeño Ambiental- Gestión del Impacto de los Programas en Entornos Naturales, de este documento (MEDIASET ESPAÑA EN 2019).

Del mismo modo, dada la naturaleza de las actividades del Grupo, no existe riesgo relevante de derrames de sustancias peligrosas, y no se tiene constancia en 2019 que haya ocurrido una situación de esas características.

Como se ha comentado, la compañía desarrolla su actividad de producción y desarrollo audiovisual en España, realizando fuera del país labores de comercialización de publicidad en internet (menos del 1% de la plantilla). Por tanto, el consumo energético fundamental se produce en España, donde adquiere energía eléctrica proveniente de fuentes 100% renovables y por ello, las emisiones indirectas de GEI al generar esa energía en función del mercado son 0. El consumo energético fuera de las instalaciones se facilita en términos de emisones de CO_2.

Los gases refrigerantes que Mediaset España utiliza en sus equipos de climatización tienen ODP igual a cero y por tanto no dañan la capa de ozono, a excepción de aquellos equipos que utilizan R22 y forman parte del plan de renovación de equipamiento definido por el área responsable. Por la normativa legal vigente, los equipos que utilicen dicho gas deben ser sustituidos y en ningún caso puede rellenarse el gas R22, con lo que no se producirían emisiones a la atmósfera que dañaran la capa de ozono.

Si se toma en cuenta el valor bruto de emisiones indirectas de GEI al generar energía, en función de la ubicación de las actividades de la compañía, las mismas alcanzan los valores que se detallan a continuación, teniendo en cuenta los factores de emisión del Mix Eléctrico Español en cada año.

LOCATION BASED ALCANCE 2

	Tn CO_2e
2019	6.999
2018	5.273
2017	6.960

Tal y como se ha comentado en el apartado Desempeño Ambiental de este documento, 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	Destrucción
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 170405	Reciclaje/Valorización Disposición final según Anexo II de la Ley 22/2011 - R12
Tóner	Reciclaje

CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN

En 2019 Mediaset España no ha recibido ninguna reclamación ambiental ni ha sido objeto de ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de la normativa medioambiental.

Tampoco se han producido incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas.

En lo que respecta a las multas o sanciones por incumplimiento de la ley o normativa en temas vinculados con recursos humanos, durante 2019 se resolvieron 8 reclamaciones laborales, de las cuales 5 tuvieron como resultado la conciliación judicial, 2 con resultado favorable a la empresa y 1 suspendido con reserva de acción.

En otro ámbito, en 2019 Mediaset España fue condenada a pagar €29.000 por vulneración del derecho al honor y propia imagen por noticias procuradas en los informativos.

No existen en 2019 otras multas o sanciones significativas adicionales a las mencionadas precedentemente y a las detalladas en el epígrafe MARKETING Y ETIQUETADO de este apartado.

ACERCA DE ESTE INFORME

MEDIASETespaña.

ACERCA DE ESTE INFORME

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL INFORME ANUAL CORPORATIVO

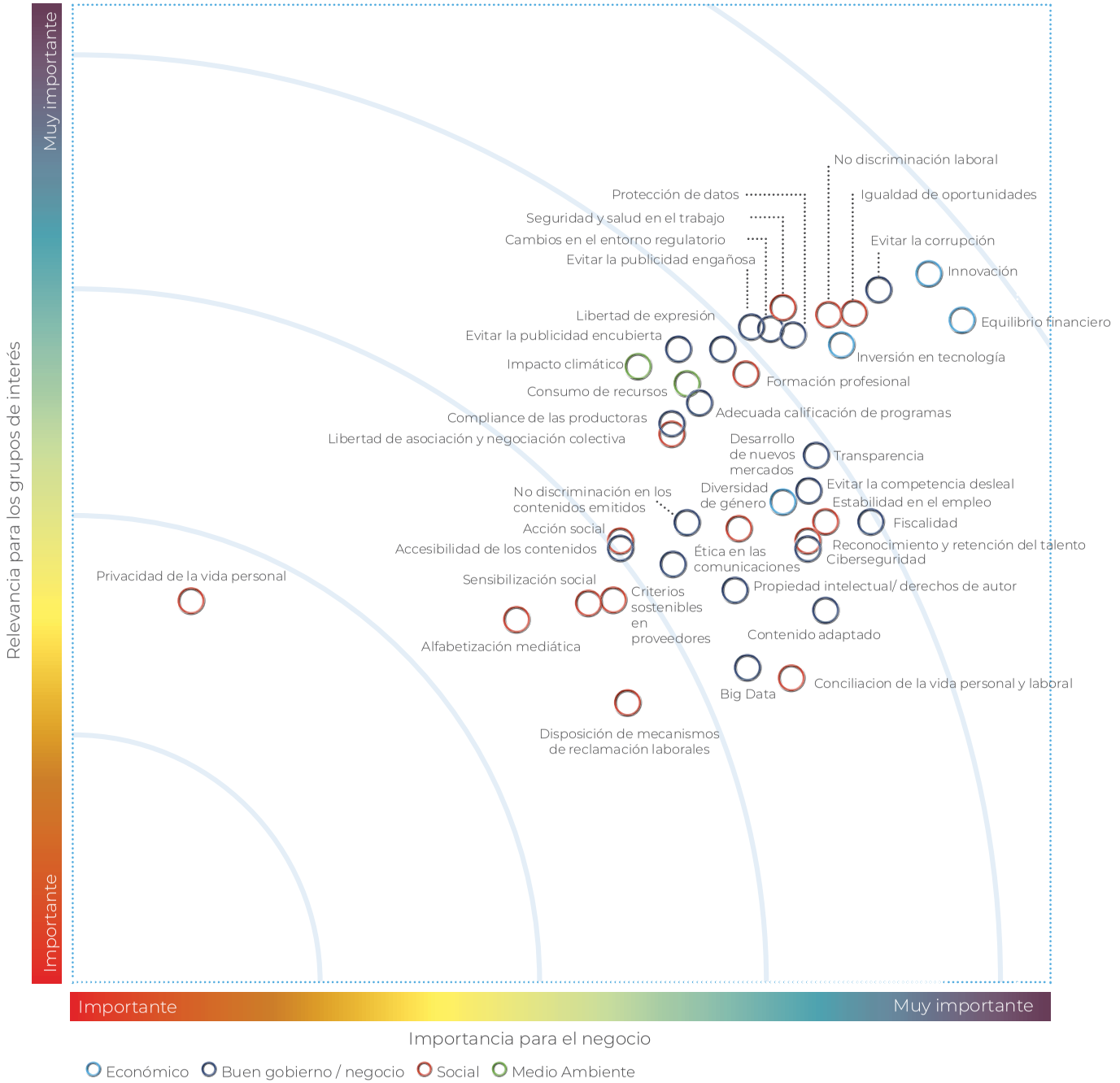
Los contenidos de este Informe responden a los requerimientos de información definidos en la Ley sobre Divulgación de Información no Financiera (Ley 11/2018), a la valoración de los asuntos relevantes surgidos en el ejercicio, tanto a nivel sectorial como global, a los temas relevantes identificados en análisis de materialidad y a los requerimientos de información de las iniciativas a las que Mediaset España se encuentra adherida.

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.

Este informe da respuesta a los principios de elaboración de memorias de sostenibilidad del estándar GRI en su versión Standards, 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 fiabilidad).

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

En 2018, la Dirección General Corporativa llevó a cabo una revisión de la matriz de materialidad definida el año anterior. En 2019, en base a un análisis documental, se ha revisado que ningún asunto relevante acontecido en el año, derivado tanto de un cambio normativo como de tendencias locales y globales, o nuevos requerimientos de información por parte de sus principales grupos de interés quedase fuera del ámbito de reporte.



IMPACTO DE LOS TEMAS RELEVANTES SOBRE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Tema relevante	Cómo da respuesta el Grupo Mediaset España	GRI standard
Accesibilidad de los contenidos	Accesibilidad de los contenidos	M4, M5, M7
Acción social	-	201-1, 201-2, 201-3 Y 201-4
Adecuada calificación de programas	Contexto de Negocio Gestión de Contenidos Códigos de Autoregulación y Guías del sector	M2, M3, 416-1, 416-2, 417-1, 417-2, 102-43, 102-44, 419-1
Alfabetización mediática	Gestión de Contenidos	M7
Big Data	Protección de datos Gestión de contenidos en internet Gestión de la publicidad	103-1, 103-2 y 103-3 Enfoque de gestión (PROTECCIÓN DE DATOS)
Cambios en el entorno regulatorio	Contexto de Negocio Sistema de Gestion de Riesgos Gestión de Contenidos Gestión de la Publicidad Participación en el desarrollo de Políticas Públicas Protección de Datos	102-2, 417-3, 418-1, 419-1, 307-1
Ciberseguridad	Ciberseguridad	-
Compliance por parte de las productoras	Gestión de la Cadena de Proveedores	103-1, 103-2 y 103-3 Enfoque de gestión (Cadena de proveedores), 102-9, 414-1, 414-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2, 308-1, 308-2
Conciliación de la vida familiar y laboral	Gestión del Equipo Humano Beneficios sociales y medidas de conciliación	401-1, 401-2, 401-3
Consumo de recursos	Desempeño Ambiental	302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5
Contenido adaptado	Gestión de Contenidos	102-16, M2, M3, M6
Criterios sostenibles en la selección de proveedores	Gestión de la Cadena de Proveedores	414-1, 414-2, 308-1, 308-2, 204-1
Desarrollo de nuevos mercados	Contexto de negocio	102-6
Disposición de mecanismos de reclamación laborales	Gestión del Equipo Humano	103-1, 103-2 y 103-3 Enfoque de gestión
Diversidad de género	Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades	405-1, 405-2

Empleados · **Artistas y profesionales del sector** · **Accionistas e Inversores** · **Anunciantes** · **Audiencia** · **Proveedores** · **Sindicatos** · **Competencia** · **Administración** · **Comunidad**

Tema relevante	Cómo da respuesta el Grupo Mediaset España	GRI standard
Equilibrio financiero	Resultado Económico-financiero Fiscalidad	102-7, 201-1, 201-2, 201-3, 201-4
Estabilidad en el empleo	Gestión del Equipo Humano Relación con los empleados	102-8, 401-1, 401-2, 401-3, 402-1
Ética en las comunicaciones	Gestión de la publicidad	102-16, 102-17
Evitar la corrupción	Sistema de Gestion de Riesgos	102-18, 102-16, 102-17, 205-1, 205-2, 205-3, 415-1
Evitar prácticas de competencia desleal	Gestión de Contenidos Gestión de la Publicidad	206-1
Formación y desarrollo profesional	Gestión del Equipo Humano Formación y captación de nuevo talento Evaluación del desempeño	404-1, 404-2, 404-3
Igualdad de oportunidades	Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades Beneficios sociales y medidas de conciliación	405-1, 405-2
Impacto climático	Desempeño Ambiental	305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6, 305-7, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5
Innovación	Contexto de negocio Gestión de los contenidos en internet	201-1, 201-2, 201-3, 201-4, 203-1, 203-2
Inversión en tecnología	Principales indicadores de desempeño Otros indicadores de desempeño Contexto de negocio Ciberseguridad Desempeño ambiental	203-1, 203-2
Libertad de asociación	Relación con los empleados	102-41, 407-1
Libertad de expresión	Gestion de los Contenidos Gestión del Equipo Humano	M2, M3, 407-1
No discriminación en el entorno laboral	Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades	405-1, 406-1
No discriminación en los contenidos emitidos	Gestión de los contenidos Accesibilidad de los contenidos	M2, M3, M6
Privacidad de la vida personal	Gestión de Contenidos	M2, M3

Empleados **Artistas y profesionales del sector** **Accionistas e Inversores** **Anunciantes** **Audiencia** **Proveedores** **Sindicatos** **Competencia** **Administración** **Comunidad**

Tema relevante	Cómo da respuesta el Grupo Mediaset España	GRI standard
Propiedad intelectual/ derechos de autor	Gestión de contenidos	412-1, 412-2, 412-3
Protección de datos personales	Protección de Datos	418-1
Publicidad encubierta	Gestión de la Publicidad	102-2 y 417-3
Publicidad engañosa	Gestión de la Publicidad	416-1, 416-2, 417-3, 102-2
Reconocimiento y retención del talento	Gestión del Equipo Humano Evaluación del desempeño	404-1, 404-2, 404-3
Seguridad y salud en el trabajo	Gestión del Equipo Humano Prevención de Riesgos Laborales	403-1, 403-2, 403-3, 403-4
Sensibilización social	Entretenimiento, información y compromiso social	M2, M3
Transparencia	Modelo degobierno Modelo de negocio Acerca de este informe	102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 417-1, 417-2

Empleados | **Artistas y profesionales del sector** | **Accionistas e Inversores** | **Anunciantes** | **Audiencia** | **Proveedores** | **Sindicatos** | **Competencia** | **Administración** | **Comunidad**

DIÁLOGO

La compañía pone su Informe a disposi¬ción 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.

www.mediaset.es/inversores/es/responsabilidad-corporativa.html

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, inquie¬tudes y requerimientos de información, así como para obtener feedback de los asuntos abordados en este Informe, u otros que conside¬ren relevantes desde una perspectiva de soste¬nibilidad. El canal al cual pueden dirigirse es:

Dirección General Corporativa
Carretera de Fuencarral a Alcobendas, 4
28049- Madrid
rc@telecinco.es

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.

INDICE DE CONTENIDOS GRI

Estandar GRI		Página
GRI 101: Fundamentos		
GRI 102 Contenidos Generales		
	Perfil de la Organización	
102-1	Nombre de la organización	VII
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	2-5, 42
102-3	Ubicación de la sede	2
102-4	Ubicación de las operaciones	3
102-5	Propiedad y forma jurídica	2
102-6	Mercados servidos	IV, 2
102-7	Tamaño de la organización	2-5, 12
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	102-104, 152-153
102-9	Cadena de suministro	25, 54-55, 158
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	4
102-11	Principio o enfoque de precaución	19-21, 145
102-12	Iniciativas externas	68
102-13	Afiliación a asociaciones	44, 67-68
	Estrategia	
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	IX
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	19-21, 27-30
	Ética e integridad	
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	23
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	24
	Gobernanza	
102-18	Estructura de gobernanza	7-9 Informe Anual de Gobierno Corporativo
102-19	Delegación de autoridad	Informe Anual de Gobierno Corporativo Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Pág. 12 - 14
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Informe Anual de Gobierno Corporativo Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Pág. 12 - 14
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	18 Reglamento de la Comisión de Auditoría Pág. 12 - 14
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	6-8 Informe Anual de Gobierno Corporativo
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	8 Informe Anual de Gobierno Corporativo
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Reglamento del Consejo de Administración Pág. 9 Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones Pág. 4 - 5
102-25	Conflictos de intereses	23-24 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 32-33
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	Reglamento del Consejo de Administración Pág. 7 Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Pág. 13

Estandar GRI		Página
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	Reglamento del Consejo de Administración (Art. 10.8) Pág 14
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	Informe Anual de Gobierno Corporativo (C.1.17)
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Pág. 11, 12-14
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	Informe Anual de Gobierno Corporativo (F) Reglamento del Consejo de Administración Pág. 5-8
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	9 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 5-8 Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Pág. 11
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	9 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 5-6 Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Pág. 11-14
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Reglamento del Consejo de Administración (Art. 29) Pág. 29
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	9
102-35	Políticas de remuneración	9 Informe Anual de Remuneración de Consejeros Estatutos Sociales Artículo 37.3 y 56 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 27-29 Informe Anual de Gobierno Corporativo
102-36	Proceso para determinar la remuneración	9 Informe Anual de Remuneración de Consejeros Estatutos Sociales Artículo 37.3 y 56 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 27-29 Informe Anual de Gobierno Corporativo
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	9 Informe Anual de Remuneración de Consejeros Estatutos Sociales Artículo 37.3 y 56 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 27-29 Informe Anual de Gobierno Corporativo
102-38	Ratio de compensación total anual	155
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	155
	Participación de los grupos de interés	
102-40	Lista de grupos de interés	18
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	48, 105
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	18
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	17-18
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	161-164
	Prácticas para la elaboración de informes	
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	3
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	161-164
102-47	Lista de temas materiales	161-164
102-48	Reexpresión de la información	VII
102-49	Cambios en la elaboración de informes	VII
102-50	Periodo objeto del informe	VII
102-51	Fecha del último informe	VII
102-52	Ciclo de elaboración de informes	VII
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	165

Estandar GRI		Página
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	VII
102-55	Índice de contenidos GRI	166-170
102-56	Verificación externa	Informe de Verificación Independiente
GRI 201 Desempeño Económico		
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	131
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	156 Informe Anual de Remuneración de Consejeros Pág 14
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	156 Informe Anual de Remuneraciones de Consejeros Pág. 14
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	97
GRI 202 Presencia en el mercado		
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	155
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	156
GRI 203 Impactos económicos indirectos		
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	133
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	12, 131
GRI 204 Prácticas de adquisición		
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	55
GRI 205 Anti-corrupción		
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	24, 157
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	24, 157
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	24
GRI 206 Competencia desleal		
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	27, 157 La Compañía informa únicamente de las acciones jurídicas con sentencia firme en el ejercicio de reporte. Para más información ver Nota 16 de las Cuentas Anuales Consolidadas
GRI 301 Materiales		
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	148
301-2	Insumos reciclados	148
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	159
GRI 302 Energía		
302-1	Consumo energético dentro de la organización	145-148
302-2	Consumo energético fuera de la organización	145-148
302-3	Intensidad energética	145
302-4	Reducción del consumo energético	145-148
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	148, 151
GRI 303 Agua y efluentes		
303-1	Consumo de agua por fuentes	72, 148
303-2	Fuentes de agua afectadas significativamente por extracción de agua	159
303-3	Agua reciclada y reutilizada	La Compañía no dispone de tratamientos para agua reciclada ni reutilizada en sus instalaciones
GRI 304 Biodiversidad		
304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	159
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	159
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	151, 159
304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	125, 127, 150-151
GRI 305 Emisiones		
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	147
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	147, 159
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	147
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	147

Estandar GRI		Página
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	145-147, 150
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	147, 159
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	147
GRI 306 Residuos y efluentes		
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	159
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	148-150, 159
306-3	Derrames significativos	159
306-4	Transporte de residuos peligrosos	La Compañía no realiza transporte de residuos peligrosos, sino que son los gestores autorizados los que realizan el traslado de dichos residuos peligrosos generados en Mediaset
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	159
GRI 307 Cumplimiento ambiental		
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	159
GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores		
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	158
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	158
GRI 401 Empleo		
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	153-154
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	52, 107
401-3	Permiso parental	104
GRI 402 Relaciones trabajador-empresa		
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	48
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo		
403-1	Sistema de gestión de la seguridad y salud laboral	52, 113
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	52-53, 156
403-3	Servicios de salud laboral	52, 156
403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre seguridad y salud laboral	52, 156
403-5	Formación de los trabajadores en temas de seguridad y salud laboral	114
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores	112
403-7	Prevención y mitigación de impactos directos sobre la salud y seguridad laboral causado por los negocios	54, 158
403-8	Trabajadores cubiertos por el sistema de gestión de la seguridad y salud laboral	113
403-9	Accidentes laborales	115, 156
403-10	Enfermedades laborales	115
GRI 404 Formación y enseñanza		
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	71. 108
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	109 La Compañía no dispone de programas dirigidos a la gestión del final de las carreras profesionales por jubilación o despido.
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	104
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades		
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	8, 103
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	155
GRI 406 No discriminación		
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	106
GRI 407 Libertad de asociación y negociación colectiva		
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	156, 158
GRI 408 Trabajo infantil		
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	156, 158
GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio		
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	156, 158
GRI 410 Prácticas en materia de seguridad		

Estandar GRI		Página
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	26, 155
GRI 411 Derechos de los pueblos indígenas		
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	159
GRI 412 Evaluación de derechos humanos		
412-3	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	158
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	155
412-1	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	37, 41, 46, 158
GRI 413 Comunidades locales		
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	131
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	131
GRI 414 Evaluación social de los proveedores		
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	158
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	158
GRI 415 Política pública		
415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	157
GRI 416 Salud y seguridad de los clientes		
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	158
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	158
GRI 417 Marketing y etiquetado		
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	38
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	157-158
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	157-158 La Compañía informa únicamente de las acciones jurídicas con sentencia firme en el ejercicio de reporte. Para más información ver Nota 16 de las Cuentas Anuales Consolidadas
GRI 418 Privacidad del cliente		
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	32
GRI 419 Cumplimiento socioeconómico		
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	159 La Compañía informa únicamente de las acciones jurídicas con sentencia firme en el ejercicio de reporte. Para más información ver Nota 16 de las Cuentas Anuales Consolidadas
G4-M1	Financiación significativa y otros apoyos recibidos de fuentes no gubernamentales. Suplemento media	97
G4-M2	Metodología para evaluar y monitorear el cumplimiento del compromiso con los valores de creación de contenido	35, 37, 41-42, 46
G4-M3	Acciones tomadas para mejorar el cumplimiento de los valores de creación de contenido, y resultados obtenidos	35, 37, 41-42, 46
G4-M4	Acciones tomadas para mejorar el desempeño en relación a los asuntos de divulgación de contenido (acceso y protección de públicos vulnerables y toma de decisiones informadas), y los resultados obtenidos	132
G4-M5	Número y naturaleza de respuestas (retroalimentación/quejas) relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables, la toma de decisiones informada y acceso, y procesos para responder a los reclamos	158
G4-M6	Métodos para interactuar con el público, y resultados	40, 43
G4-M7	Acciones tomadas para empoderar a la audiencia a través de la alfabetización mediática o educación en medios	134-135

TEMAS RELEVANTES	Página
Accesibilidad de los contenidos	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	132
Acción social	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	116
Adecuada calificación de programas	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	38
Alfabetización mediática	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35, 38
Big Data	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44
Cambios en el entorno regulatorio	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	16
Ciberseguridad	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	33
Compliance por parte de las productoras	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	24
Conciliación de la vida familiar y laboral	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	52
Consumo de recursos	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	148-149
Contenido adaptado	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	42
Criterios sostenibles en la selección de proveedores	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	25, 54
Desarrollo de nuevos mercados	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	XI-XII
Disposición de mecanismos de reclamación laborales	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 50-51
Diversidad de género	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	50

TEMAS RELEVANTES	Página
Equilibrio financiero	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	12, 15-16
Estabilidad en el empleo	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	47, 52
Ética en las comunicaciones	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23
Evitar la corrupción	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23-24
Evitar la publicidad encubierta	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44
Evitar la publicidad engañosa	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	44
Evitar prácticas de competencia desleal	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	23, 157
Fiscalidad	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	95-96
Formación y desarrollo profesional	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	51
Igualdad de oportunidades	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	50
Impacto climático	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	146
Innovación	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	37
Inversión en tecnología	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	43
Libertad de asociación	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	48
Libertad de expresión	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	35, 57

TEMAS RELEVANTES	Página
No discriminación en el entorno laboral	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	106
No discriminación en los contenidos emitidos	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	57
Privacidad de la vida personal	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	57
Propiedad intelectual/ derechos de autor	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	39
Protección de datos personales	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	31-32
Reconocimiento y retención del talento	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	101
Seguridad y salud en el trabajo	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	52-53
Sensibilización social	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	134
Transparencia	
103-1 Explicación del tema material y sus Coberturas 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	95-96

CONTENIDOS DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

Contenidos del Estado de Información No Financiera				
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			**Estándar utilizado**	**Pág. Informe**
Modelo de Negocio	Descripción del modelo de negocio del grupo	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá su entorno empresarial, su organización y estructura, los mercados en los que opera, sus objetivos y estrategias, y los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	GRI 102-2 Actividades, marcas, productos y servicios	IV, 2-5, 12, 19-21, 42
			GRI 102-4 Localización de las actividades	
			GRI 102-6 Mercados servidos	
			GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	
			GRI 102-7 Dimensión de la organización	
Información sobre cuestiones medioambientales	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	145
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	19-21, 30, 145, 151
			GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	
	General	Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su su caso, en la salud y la seguridad	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	19 ,21, 30,145,151
		· Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	145 Nota 4.25 Aspectos Medioambientales (Cuentas Anuales Consolidadas) Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Pág. 11, 12-14 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 5-8
			GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	
			GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	
		· Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	
		· Aplicación del principio de precaución	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución	
		· Provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental (CCAA)	
	Contaminación	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente al medio ambiente, teniendo en cuenta cualquier forma de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica	GRI 103-2 Enfoque de Gestión	145-147, 159
			GRI 302-4 Reducción del consumo energético	
			GRI 302-5 Reducciones en los requerimientos energéticos de los productos y servicios	
			GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
			GRI 305-7 NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas	
	Economía Circular y prevención y gestión de residuos	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos. Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Efluentes y residuos)	148-150
			GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	
			GRI 301-2 Materiales reciclados consumidos	

Contenidos del Estado de Información No Financiera

	Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe
Información sobre cuestiones medioambientales	Uso sostenible de los recursos	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	GRI 303-1 Extracción de agua por fuente	148
		Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Medioambiente)	148
			GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	
		Energía: Consumo, directo e indirecto; Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética, Uso de energías renovables	GRI 102-2 Enfoque de gestión (Energía)	145-148. 159
			GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (energía procedente de fuentes renovables y no renovables)	
			GRI 302-2 Consumo energético fuera de la organización	
			GRI 302-3 Intensidad energética	
			GRI 302-4 Reducción del consumo energético	
	Cambio Climático	Emisiones de Gases de Efecto Invernadero	GRI 305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	147, 159
			GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	
			GRI 305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	
			GRI 305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	
		Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	30, 145-148
			GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	
			GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	
		Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones GEI y medios implementados a tal fin.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Reducción de las emisiones GEI)	145-146
	Protección de la biodiversidad	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Biodiversidad)	159
		Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	GRI 304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	159
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	9, 47 Reglamento del Consejo de Administración 27-29 Estatutos Sociales Artículo 37.3 y 56
			GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
			GRI 102-35 Políticas de retribución	
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	19-21, 30 Reglamento del Consejo de Administración Pág. 5-8
			GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar utilizado	Pág. Informe
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	GRI 102-7 Dimensión de la organización GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores GRI 405-1. b) El porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad: sexo y grupo de edad	103-104, 152-153
		Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	103-104, 152-153
		Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores	103-104, 152-153
		Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 401-1.b) Número total y la tasa de rotación de personal durante el periodo objeto del informe, por grupo de edad, sexo y región (en lo relativo a despidos)	153
		Remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor	GRI 405-2: Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres para cada categoría laboral	155
		Brecha Salarial	GRI 405-2: Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres para cada categoría laboral.	155
		Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	155
		La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	GRI 102-35 Políticas de retribución GRI 102-36 Proceso para la determinación de la retribución (para el enfoque de gestión) GRI 201-3 Obligaciones derivadas de planes de beneficios sociales y otros planes de jubilación	9-10, 155 Reglamento del Consejo de Administración 27-29 Estatutos Sociales Artículo 37.3 y 56 Informe Anual de Remuneración de Consejeros
		Implantación de medidas de desconexión laboral	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (desconexión laboral)	156
		Empleados con discapacidad	GRI 405-1. b) El porcentaje de empleados por categoría laboral para cada una de las siguientes categorías de diversidad: sexo y grupo de edad	154
	Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 102-8. c) El número total de empleados por tipo de contrato laboral (a jornada completa o a media jornada) y por sexo. GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Organización del trabajo)	103-104, 152-153
		Número de horas de absentismo	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes laborales, enfermedades profesionales, días perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos relacionados (apartado a)	154
		Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio responsable de estos por parte de ambos progenitores.	GRI 401-3 Permisos parentales GRI 103-2 Enfoque de gestión	104, 107
	Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad)	52-53
		Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo	115, 154
		Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	403-10 Enfermedades relacionadas con el trabajo	115
	Relaciones Sociales	Organización del diálogo social, incluidos los procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés (relativo a sindicatos y negociación colectiva) GRI 402-1 Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos	48, 52
		Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	GRI 102-41 Acuerdos de negociación colectiva	105
		Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y seguridad en el trabajo	GRI 403-1 Representación de trabajadores en comités de salud y seguridad conjuntos GRI 403-4 Temas de salud y seguridad laboral tratados en acuerdos formales con la representación legal de los trabajadores	52, 113

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF			Estándar utilizado	Pág. Informe
Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	Formación	Políticas implementadas en el campo de la formación	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Formación y enseñanza)	51, 109
			GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	
		Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por empleado	110, 154
	Accesibilidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No-discriminación)	49-50, 106, 154
	Igualdad	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades)	49-51, 106
		Planes de igualdad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No-discriminación)	49-51, 106
		Medidas adoptadas para promover el empleo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Empleo)	51, 109
			GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	
		Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No-discriminación)	49-51, 106
		La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No-discriminación)	49-50, 106, 154
		Política contra todo tipo de discriminicación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de oportunidades y No-discriminación)	49-51, 106
			GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	
Información sobre el respeto de los derechos humanos	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	48-49, 136-137
			GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
			GRI 410-1 Personal de seguridad formado en políticas o procedimientos de Derechos Humanos	
			GRI 412-2 Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	48-49, 136-144
	Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación de Derechos Humanos)	23, 156, 158
		Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación de Derechos Humanos)	23, 49, 136-144, 155-156
			GRI 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	
			GRI 410-1 Personal de seguridad formado en políticas o procedimientos de Derechos Humanos	
		Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	24, 156, 159 Para más información ver Nota 16 de las Cuentas Anuales Consolidadas
			GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación de Derechos Humanos)	
			GRI 411-1 Derechos de los pueblos indígenas	
			GRI 419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	
		Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva, la eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación, la eliminación del trabajo forzoso u obligatorio y la abolición efectiva del trabajo infantil	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (No discriminación; Libertad de asociación y negociación colectiva; Trabajo Infantil; Trabajo forzoso u obligatorio y Derechos Humanos)	49

Contenidos del Estado de Información No Financiera

	Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar utilizado	Pág. Informe
Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	23-25, 27-30
			GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
			GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anti corrupción	
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	23-25, 27-30
			GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	
			GRI 205-1 Operaciones evaluadas en relación con riesgos relacionados con corrupción	
	Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 Anticorrupción) - Si la entidad presenta el 205-2, también cubre con éste indicador este requisito de la ley	23-25, 27-30
		Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción)	23, 157
		Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción)	131, 157
			GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido (Inversiones en la Comunidad)	
			GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	
			GRI 415-1 Contribución a partidos y/o representantes políticos	
Información sobre la sociedad	Políticas	Políticas que aplica el grupo, que incluya los procedimientos de diligencia debida aplicados de identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos, y de verificación y control, así como las medidas que se han adoptado.	GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes	22-23, 161-164
			GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión	
	Principales riesgos	Principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y cómo el grupo gestiona dichos riesgos, explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave	19-21, 158
			GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos	
	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	GRI 203-1 Inversión en infraestructuras y servicios de apoyo	12, 54-55, 131, 158
			GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	
			GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	
			GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	
			GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	
			GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido (Inversiones en la Comunidad)	
		Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio	GRI 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	12, 54-55, 131, 158
			GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	
			GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	
			GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	
			GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido (Inversiones en la Comunidad)	

Contenidos del Estado de Información No Financiera

		Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Estándar utilizado	Pág. Informe
Información sobre la sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible	Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades de diálogo con estos	GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés	17-18
			GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	
		Acciones de asociación o patrocinio	GRI 102-13 Afiliación a asociaciones	44, 67-68, 131, 133
			GRI 203-1 Inversión en infraestructuras y servicios de apoyo	
			GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido (Inversiones en la Comunidad)	
	Subcontratación y proveedores	Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	GRI 103-3 Enfoque de Gestión (Evaluación ambiental y social de proveedores)	25, 158
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 102-9 Cadena de suministro	25, 54-55, 158
			GRI 103-3 Enfoque de Gestión (Evaluación ambiental y social de proveedores)	
			GRI 308-1 Nuevos proveedores que han sido evaluados según criterios ambientales	
			GRI 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de valor y acciones desarrolladas	
			GRI 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	
			GRI 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	
			GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	
			GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	
		Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 308-1 Nuevos proveedores que han sido evaluados según criterios ambientales	158
			GRI 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de valor y acciones desarrolladas	
			GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	
	Consumidores	Medidas para la salud y seguridad de los consumidores	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los Clientes)	31, 35, 156 , 158
			GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	
			GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	
			GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	
		Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	24, 156, 158
			GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los Clientes)	
			GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas en la privacidad de los clientes y pérdidas de datos de clientes.	
			G4-M5 Número y naturaleza de respuestas (retroalimentación/quejas) relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables, la toma de informada de decisiones y acceso, y procesos para responder a los reclamos.	
	Información fiscal	Beneficios obtenidos por país	GRI 201-1 en lo que afecta a los pagos a administraciones públicas considerando las guias de la OCDE http://www.oecd.org/tax/beps/country-by-country-reporting.htm	XIII Cuentas Anuales Consolidadas
		Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 201-1 en lo que afecta a los pagos a administraciones públicas considerando las guias de la OCDE http://www.oecd.org/tax/beps/country-by-country-reporting.htm	95 Cuentas Anuales Consolidadas
		Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	97 Cuentas Anuales Consolidadas

DIRECTORIO

MEDIASET ESPAÑA
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid
Tel.91 396 63 00
www.mediaset.es

- Dirección General de Contenidos
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 69 99

- Dirección General de Gestión y Operaciones
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 66 92

- 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@telecinco.es

- Dirección Ventas Audiovisuales
Tel.:91 396 63 00
Fax: 91 395 93 24
Email: comercial@telecinco.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@telecinco.es
- Dirección General Corporativa
Tel.:91 396 61 88
Fax: 91 396 62 84
Email: rc@telecinco.es

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

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

CONECTA 5
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 61 06

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de verificación independiente del Informe Anual Corporativo 2019 que contiene el Estado de Información No Financiera Consolidado de Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

26 de febrero de 2020

Deloitte.

Deloitte, S.L.
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España

Tel.: +34 915 14 50 00
www.deloitte.es

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

A los accionistas de Mediaset España Comunicación, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Informe Anual Corporativo 2019 (en adelante IAC) que contiene el Estado de información no financiera consolidado (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2019, de Mediaset España Comunicación, S.A. y sociedades dependientes (en adelante la Sociedad o Mediaset), que forma parte del Informe de Gestión Consolidado de Mediaset.

El IAC incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera y por los Estándares Global Reporting Initiative para la elaboración de informes de sostenibilidad (en adelante 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 las tablas "Índice de contenidos GRI" y "Contenidos del Estado de Información no Financiera" del capítulo "Acerca de este Informe" del IAC.

Responsabilidad de los Administradores y de la Dirección

La formulación del IAC, así como el contenido del mismo, es responsabilidad del Consejo de Administración de Mediaset. Dicho IAC ha sido preparado de acuerdo con los estándares GRI. Asimismo, el EINF incluido en el IAC ha sido preparado 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 "Contenidos del Estado de Información no Financiera" del capítulo "Acerca de este Informe" del IAC.

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

Los Administradores de Mediaset son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del IAC y del EINF.

Nuestra independencia y control de calidad

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

Deloitte, S.L. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, tomo 13.650, sección 8ª, folio 188, hoja M-54414, inscripción 96ª C.I.F. B-79104469
Domicilio social: Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1, Torre Picasso, 28020, Madrid

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene, en consecuencia, un sistema global de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados relativos al cumplimiento de requerimientos de ética, normas profesionales y disposiciones legales y reglamentarias 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 revisión 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 aseguramiento limitado los procedimientos llevados a cabo varían en naturaleza y momento, y tienen una menor extensión que los realizados en un trabajo de aseguramiento razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es substancialmente menor.

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

- Reuniones con el personal de Mediaset 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 IAC en función del análisis de materialidad realizado por Mediaset y descrito en el capítulo "Acerca de este informe", considerando los contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar la información no financiera presentada en el IAC correspondiente al ejercicio 2019.

- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales descritos en el capítulo "Acerca de este informe" del IAC.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información no financiera relativa a los contenidos incluidos en el IAC y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Mediaset.
- 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:

a) La información no financiera identificada en la tabla "Índice de contenidos GRI" del capítulo "Acerca de este informe" del IAC de Mediaset correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2019 no ha sido preparada, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los estándares GRI.

b) El EINF de Mediaset correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2019 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 "Contenidos del Estado de Información no Financiera" del capítulo "Acerca de este informe" del IAC.

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, S.L.

Mª Concepción Iglesias Jiménez

26 de febrero de 2020

INSTITUTO DE CENSORES JURADOS DE CUENTAS DE ESPAÑA

DELOITTE, S.L.

2020 Núm. 01/20/03526

30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO

Informe sobre trabajos distintos a la auditoría de cuentas

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL EMISOR

Fecha fin del ejercicio de referencia:	31/12/2019
CIF:	A-79075438

Denominación Social:

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.

Domicilio social:

CARRETERA DE FUENCARRAL A ALCOBENDAS, 4 MADRID

A. ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

A.1. Complete el siguiente cuadro sobre el capital social de la sociedad:

Fecha de última modificación	Capital social (€)	Número de acciones	Número de derechos de voto
22/05/2018	163.717.608,00	327.435.216	327.435.216

Indique si existen distintas clases de acciones con diferentes derechos asociados:

[ ] Sí
[√] No

A.2. Detalle los titulares directos e indirectos de participaciones significativas a la fecha de cierre del ejercicio, excluidos los consejeros:

Nombre o denominación social del accionista	% derechos de voto atribuidos a las acciones		% derechos de voto a través de instrumentos financieros		% total de derechos de voto
	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto	
SILVIO BERLUSCONI	0,00	50,21	0,00	0,00	50,21
SIMON DAVIS	0,00	2,10	0,00	0,00	2,10
MELQART OPPORTUNITIES MASTER FUND LTD	0,00	0,00	1,00	1,00	1,00
SAND GROVE OPPORTUNITIES MASTER FUND LTD	0,00	1,92	0,00	0,00	0,00

Detalle de la participación indirecta:

Nombre o denominación social del titular indirecto	Nombre o denominación social del titular directo	% derechos de voto atribuidos a las acciones	% derechos de voto a través de instrumentos financieros	% total de derechos de voto
SILVIO BERLUSCONI	MEDIASET SPA	50,21	0,00	50,21

Indique los movimientos en la estructura accionarial más significativos acontecidos durante el ejercicio:

Movimientos más significativos
El día 16 del octubre de 2019 Simon Davies comunicó la adquisición del 2,105% de derechos de voto de la compañía.

El 20 de septiembre de 2019 Melqart Opportunities Master Fund Ltd comunicó la adquisición del 1,004% de derechos de voto de la compañía.
El 16 de octubre de 2019 Sand Grove Opportunities Master Fund Ltd comunicó la adquisición del 1,924% de derechos de voto de la compañía.

A.3. Complete los siguientes cuadros sobre los miembros del consejo de administración de la sociedad, que posean derechos de voto sobre acciones de la sociedad:

Nombre o denominación social del consejero	% derechos de voto atribuidos a las acciones		% derechos de voto a través de instrumentos financieros		% total de derechos de voto	% derechos de voto que pueden ser transmitidos a través de instrumentos financieros	
	Directo	Indirecto	Directo	Indirecto		Directo	Indirecto
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	0,01	0,00	0,01	0,00	0,02	0,00	0,00
DON BORJA PRADO EULATE	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00
DON PAOLO VASILE	0,01	0,00	0,00	0,00	0,05	0,00	0,00
DON MASSIMO MUSOLINO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,01	0,00	0,00

% total de derechos de voto en poder del consejo de administración	0,09

Detalle de la participación indirecta:

Nombre o denominación social del consejero	Nombre o denominación social del titular directo	% derechos de voto atribuidos a las acciones	% derechos de voto a través de instrumentos financieros	% total de derechos de voto	% derechos de voto que pueden ser transmitidos a través de instrumentos financieros
Sin datos					

D. Alejandro Echevarría Busquet es titular de 0,029 % de derechos de voto total, del cual 0,018 corresponde al % de derechos de voto atribuidos a las acciones y un 0,011 al % de derechos de voto a través de instrumentos financieros.

D. Paolo Vasile es titular de 0,050 % de derechos de voto total, del cual 0,014 corresponde al % de derechos de voto atribuidos a las acciones y un 0,036 al % de derechos de voto a través de instrumentos financieros.

D. Massimo Musolino es titular del 0,013% de derechos de voto total, del cual 0,008 corresponde al % de derechos de voto atribuidos a las acciones y un 0,005 al % de derechos de voto a través de instrumentos financieros.

D. Mario Rodríguez Valderas es titular del 0,011% de derechos de voto total, del cual 0,006 corresponde al % de derechos de voto atribuidos a las acciones y un 0,005 al % de derechos de voto a través de instrumentos financieros.

D. Javier Diez de Polanco es titular del 0,001% de derechos de voto atribuidos a las acciones.

D. Borja Prado Eulate es titular, de forma indirecta, del 0,002% derechos de voto atribuidos a las acciones.

A.4. Indique, en su caso, las relaciones de índole familiar, comercial, contractual o societaria que existan entre los titulares de participaciones significativas, en la medida en que sean conocidas por la sociedad, salvo que sean escasamente relevantes o deriven del giro o tráfico comercial ordinario, excepto las que se informen en el apartado A.6:

Nombre o denominación social relacionados	Tipo de relación	Breve descripción
Sin datos		

A.5. Indique, en su caso, las relaciones de índole comercial, contractual o societaria que existan entre los titulares de participaciones significativas, y la sociedad y/o su grupo, salvo que sean escasamente relevantes o deriven del giro o tráfico comercial ordinario:

Nombre o denominación social relacionados	Tipo de relación	Breve descripción
Sin datos		

A.6. Describa las relaciones, salvo que sean escasamente relevantes para las dos partes, que existan entre los accionistas significativos o representados en el consejo y los consejeros, o sus representantes, en el caso de administradores persona jurídica.

Explique, en su caso, cómo están representados los accionistas significativos. En concreto, se indicarán aquellos consejeros que hubieran sido nombrados en representación de accionistas significativos, aquellos cuyo nombramiento hubiera sido promovido por accionistas significativos, o que estuvieran vinculados a accionistas significativos y/o entidades de su grupo, con especificación de la naturaleza de tales relaciones de vinculación. En particular, se mencionará, en su caso, la existencia, identidad y cargo de miembros del consejo, o representantes de consejeros, de la sociedad cotizada, que sean, a su vez, miembros del órgano de administración, o sus representantes, en sociedades que ostenten participaciones significativas de la sociedad cotizada o en entidades del grupo de dichos accionistas significativos:

Nombre o denominación social del consejero o representante, vinculado	Nombre o denominación social del accionista significativo vinculado	Denominación social de la sociedad del grupo del accionista significativo	Descripción relación/cargo
DOÑA GINA NIERI	MEDIASET SPA	MEDIASET SPA	Miembro del Consejo de Administración.
DON NICCOLÓ QUERCI	MEDIASET SPA	MEDIASET SPA	Miembro del Consejo de Administración.
DON FEDELE CONFALONIERI	MEDIASET SPA	MEDIASET SPA	Presidente del Consejo de Administración.

Nombre o denominación social del consejero o representante, vinculado	Nombre o denominación social del accionista significativo vinculado	Denominación social de la sociedad del grupo del accionista significativo	Descripción relación/cargo
DON MARCO GIORDANI	MEDIASET SPA	MEDIASET SPA	Miembro del Consejo de Administración.

A.7. Indique si han sido comunicados a la sociedad pactos parasociales que la afecten según lo establecido en los artículos 530 y 531 de la Ley de Sociedades de Capital. En su caso, descríbalos brevemente y relacione los accionistas vinculados por el pacto:

[ ] Sí
[√] No

Indique si la sociedad conoce la existencia de acciones concertadas entre sus accionistas. En su caso, descríbalas brevemente:

[ ] Sí
[√] No

En el caso de que durante el ejercicio se haya producido alguna modificación o ruptura de dichos pactos o acuerdos o acciones concertadas, indíquelo expresamente:

A.8. Indique si existe alguna persona física o jurídica que ejerza o pueda ejercer el control sobre la sociedad de acuerdo con el artículo 5 de la Ley del Mercado de Valores. En su caso, identifíquela:

[√] Sí
[ ] No

Nombre o denominación social
SILVIO BERLUSCONI

A.9. Complete los siguientes cuadros sobre la autocartera de la sociedad:

A fecha de cierre del ejercicio:

Número de acciones directas	Número de acciones indirectas(*)	% total sobre capital social
14.269.073		4,36

(*) A través de:

Nombre o denominación social del titular directo de la participación	Número de acciones directas
Sin datos	

A.10. Detalle las condiciones y plazo del mandato vigente de la junta de accionistas al consejo de administración para emitir, recomprar o transmitir acciones propias:

La Junta General de accionistas celebrada el 13 de abril de 2016, en el punto octavo del orden del día, aprobó las operaciones de adquisición y transmisión de acciones propias durante un plazo de cinco años a contar desde la fecha de dicho acuerdo.

El acuerdo fue aprobado por un total de 267.670.006 votos a favor, representativos del 98,7984%, 3.238.686 votos en contra, representativos del 1,1954%, 15.555 abstenciones, representativas del 0,0057% y 1.245 en blanco, representativos del 0,0005%.

Se reproduce a continuación el contenido del acuerdo aprobado:

1. Autorizar al Consejo de Administración para que, de conformidad con lo establecido en el artículo 146 y siguientes de la vigente Ley de Sociedades de Capital, pueda proceder, en la medida que lo estime conveniente en atención a las circunstancias, a la adquisición derivativa de acciones propias de la Sociedad por cualquier medio, con sujeción a los siguientes límites y requisitos:

a) Las acciones podrán adquirirse por título de compraventa o por cualquier otro acto "intervivos" a título oneroso.
b) El valor nominal de las acciones propias adquiridas, sumándose al de las que ya posea "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A." y sus filiales no podrá exceder del diez por ciento (10%) del capital suscrito o del importe máximo que pudiera establecerse legalmente;
c) Las acciones a adquirir estarán libres de toda carga o gravamen, totalmente desembolsadas y no afectas al cumplimiento de cualquier obligación;
d) El precio mínimo de adquisición de las acciones no será inferior a su valor nominal, y el precio máximo no será superior al ciento veinte por ciento (120%) de su valor de cotización en la fecha de adquisición;
e) duración de la autorización: cinco (5) años a contar desde la fecha del presente acuerdo;
f) En el desarrollo de estas operaciones se procederá, además, al cumplimiento de las normas que, sobre la materia, se contienen en el Reglamento Interno de Conducta de la Sociedad.

2. Dejar sin efecto la autorización acordada sobre esta misma materia en la reunión de la Junta General Ordinaria celebrada el 15 de abril de 2015 en la cuantía no utilizada.

3. Autorizar al Consejo de Administración para que pueda:

(i) destinar, total o parcialmente, las acciones propias adquiridas a la ejecución de programas retributivos que tengan por objeto o supongan la entrega de acciones o derechos de opción sobre acciones, o estén basados en cualquier forma en la evolución de la cotización bursátil de la acción, conforme a lo establecido en el artículo 146.1. a) de la Ley de Sociedades de Capital; y/o
(ii) proceder a su enajenación; y/o
(iii) proceder a su amortización con reducción de la cifra del capital social.

En relación con la amortización de las acciones adquiridas al amparo del presente acuerdo y de la consecuente reducción de capital, se delega en el Consejo de Administración con toda la amplitud que se requiera en derecho, con facultades de sustitución en cualquiera de sus miembros así como en el Consejero Delegado y en el Secretario del Consejo, todas las facultades que sean necesarias para llevar a cabo la reducción del capital social, en una o varias veces, dentro de un plazo máximo de cinco [5] años a contar desde la aprobación de este acuerdo, incluyendo a título meramente enunciativo, pero no limitativo:
a) la facultad de establecer la cifra exacta de la reducción, la cual nunca podrá ser superior a la cifra del valor nominal de las acciones que se adquieran al amparo del presente acuerdo;
b) determinar la cifra concreta de las acciones en autocartera que deban ser objeto de amortización;
c) fijar la fecha o fechas de la reducción;
d) ejecutar la reducción de capital en la forma que estimen más conveniente estableciendo los requisitos que sean de aplicación excluyendo o no el derecho de oposición de acreedores conforme al artículo 335 c) de la Ley de Sociedades de Capital y proceder con los trámites necesarios para el cumplimiento de la normativa aplicable al efecto;
e) dar nueva redacción al artículo 5° de los Estatutos Sociales para reflejar la nueva cifra de capital social y el número de acciones de la Sociedad;

f) realizar la publicación de los anuncios oportunos;
g) comparecer ante el Notario de su elección con el objeto de otorgar la correspondiente escritura de reducción de capital, pudiendo incluso otorgar las escrituras de subsanación, complementarias o aclaratorias que, en su caso, procedan hasta obtener la inscripción de la reducción de capital en el Registro Mercantil así como solicitar, en su caso, del Registrador Mercantil la inscripción parcial;

h) remitir las comunicaciones que sea preciso en relación con la reducción de capital a los organismos reguladores competentes, incluyendo las comunicaciones a la Comisión Nacional del Mercado de Valores que sea procedente realizar, y efectuar los trámites y actuaciones que sean necesarios y presentar los documentos que sean precisos ante los organismos competentes para que, una vez se haya producido la amortización de las acciones de la Sociedad y el otorgamiento de la escritura de reducción de capital y su inscripción en el Registro Mercantil, se produzca la exclusión de la negociación de las acciones amortizadas en las Bolsas de Valores de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) y la cancelación de los correspondientes registros contables así como realizar cuantas actuaciones fueran necesarias o convenientes para la plena efectividad del acuerdo de reducción de capital ante cualesquiera entidades y organismos públicos o privados, españoles y extranjeros, incluidas la de declaración, complemento o subsanación de defectos u omisiones que pudieran impedir y obstaculizar la plena efectividad del acuerdo de reducción de capital.

A.11. Capital flotante estimado:

	%
Capital flotante estimado	42,38

A.12. Indique si existe cualquier restricción (estatutaria, legislativa o de cualquier índole) a la transmisibilidad de valores y/o cualquier restricción al derecho de voto. En particular, se comunicará la existencia de cualquier tipo de restricciones que puedan dificultar la toma de control de la sociedad mediante la adquisición de sus acciones en el mercado, así como aquellos regímenes de autorización o comunicación previa que, sobre las adquisiciones o transmisiones de instrumentos financieros de la compañía, le sean aplicables por normativa sectorial.

[ ] Sí
[√] No

A.13. Indique si la junta general ha acordado adoptar medidas de neutralización frente a una oferta pública de adquisición en virtud de lo dispuesto en la Ley 6/2007.

[ ] Sí
[√] No

En su caso, explique las medidas aprobadas y los términos en que se producirá la ineficiencia de las restricciones:

A.14. Indique si la sociedad ha emitido valores que no se negocian en un mercado regulado de la Unión Europea.

[ ] Sí
[√] No

En su caso, indique las distintas clases de acciones y, para cada clase de acciones, los derechos y obligaciones que confiera:

B. JUNTA GENERAL

B.1. Indique y, en su caso detalle, si existen diferencias con el régimen de mínimos previsto en la Ley de Sociedades de Capital (LSC) respecto al quórum de constitución de la junta general:

[√] Sí
[ ] No

	% de quórum distinto al establecido en art. 193 LSC para supuestos generales	% de quórum distinto al establecido en art. 194 LSC para los supuestos especiales del art. 194 LSC
Quórum exigido en 1ª convocatoria	50,00	0,00
Quórum exigido en 2ª convocatoria	0,00	0,00

Descripción de las diferencias
Para la válida constitución de la Junta General los estatutos sociales de Mediaset establecen la necesidad de que los accionistas presentes o representados sean titulares de al menos el cincuenta por ciento del capital social con derecho a voto, en lugar del veinticinco por ciento que exige la Ley de Sociedades de Capital. Los porcentajes exigidos en segunda convocatoria coinciden con lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital. El quórum exigido en primera y segunda convocatoria por el artículo 25 de los Estatutos Sociales para que la Junta General pueda acordar válidamente la emisión de obligaciones, el aumento o reducción del capital, la transformación, fusión o escisión de la sociedad y, en general cualquier modificación de los estatutos sociales coincide con el establecido en el artículo 194 de la Ley de Sociedades de Capital.

B.2. Indique y, en su caso, detalle si existen diferencias con el régimen previsto en la Ley de Sociedades de Capital (LSC) para la adopción de acuerdos sociales:

[ ] Sí
[√] No

B.3. Indique las normas aplicables a la modificación de los estatutos de la sociedad. En particular, se comunicarán las mayorías previstas para la modificación de los estatutos, así como, en su caso, las normas previstas para la tutela de los derechos de los socios en la modificación de los estatutos.

Para la modificación de los artículos de los estatutos sociales, la Junta General quedará válidamente constituida en primera convocatoria cuando los accionistas, presentes o representados, posean al menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito con derecho a voto. En segunda convocatoria será válida la constitución cualquiera que sea el capital que concurra a la misma.

Si la Junta está llamada a deliberar sobre modificaciones estatutarias será necesaria, en primera convocatoria, la concurrencia de accionistas que representen, al menos, el cincuenta (50%) por ciento del capital social suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria, será suficiente la concurrencia del veinticinco (25%) por ciento.

Asimismo, en los casos en los que se ha propuesto una modificación de los estatutos sociales, se ha puesto a disposición de los accionistas un informe explicativo de las modificaciones propuestas elaborado por el Consejo de Administración. Señalar que hasta la fecha nunca se ha propuesto una modificación estatutaria que pudiera perjudicar a una clase de acciones, pero en el caso de ser así se aplicarían las medidas establecidas en la Ley para tutelar los derechos de los socios.

B.4. Indique los datos de asistencia en las juntas generales celebradas en el ejercicio al que se refiere el presente informe y los de los dos ejercicios anteriores:

	Datos de asistencia				
Fecha junta general	% de presencia física	% en representación	% voto a distancia		Total
			Voto electrónico	Otros	
27/04/2017	49,85	29,11	0,00	1,18	80,14
De los que Capital flotante	0,05	29,11	0,00	1,18	30,34
18/04/2018	0,04	76,86	0,00	0,09	76,99
De los que Capital flotante	0,04	26,67	0,00	0,09	26,80
10/04/2019	0,04	70,78	0,00	0,40	71,22
De los que Capital flotante	0,04	19,15	0,00	0,40	19,59
04/09/2019	0,07	74,98	0,30	0,70	76,05
De los que Capital flotante	0,07	23,35	0,30	0,70	24,42

B.5. Indique si en las juntas generales celebradas en el ejercicio ha habido algún punto del orden del día que, por cualquier motivo, no haya sido aprobado por los accionistas:

[ ] Sí
[√] No

B.6. Indique si existe alguna restricción estatutaria que establezca un número mínimo de acciones necesarias para asistir a la junta general, o para votar a distancia:

[ ] Sí
[√] No

B.7. Indique si se ha establecido que determinadas decisiones, distintas a las establecidas por Ley, que entrañan una adquisición, enajenación, la aportación a otra sociedad de activos esenciales u otras operaciones corporativas similares, deben ser sometidas a la aprobación de la junta general de accionistas:

[ ] Sí
[√] No

B.8. Indique la dirección y modo de acceso a la página web de la sociedad a la información sobre gobierno corporativo y otra información sobre las juntas generales que deba ponerse a disposición de los accionistas a través de la página web de la Sociedad:

Toda la información sobre los temas de gobierno corporativo así como sobre las Juntas Generales celebradas y por celebrar, está accesible a todos nuestros accionistas en la página web de la compañía y es accesible a través del siguiente enlace: http:// www.telecinco.es/inversores/es/.

C. ESTRUCTURA DE LA ADMINISTRACION DE LA SOCIEDAD

C.1. Consejo de administración

C.1.1 Número máximo y mínimo de consejeros previstos en los estatutos sociales y el número fijado por la junta general:

Número máximo de consejeros	19
Número mínimo de consejeros	11
Número de consejeros fijado por la junta	13

C.1.2 Complete el siguiente cuadro con los miembros del consejo:

Nombre o denominación social del consejero	Representante	Categoría del consejero	Cargo en el consejo	Fecha primer nombramiento	Fecha último nombramiento	Procedimiento de elección
DOÑA GINA NIERI		Dominical	CONSEJERO	18/04/2018	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON NICCOLÓ QUERCI		Dominical	CONSEJERO	18/04/2018	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO		Independiente	CONSEJERO	18/04/2018	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL		Independiente	CONSEJERO	18/04/2018	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET		Otro Externo	PRESIDENTE	15/05/1996	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO		Independiente	CONSEJERO	01/04/2009	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Nombre o denominación social del consejero	Representante	Categoría del consejero	Cargo en el consejo	Fecha primer nombramiento	Fecha último nombramiento	Procedimiento de elección
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL		Independiente	CONSEJERO	18/04/2018	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON BORJA PRADO EULATE		Dominical	CONSEJERO	18/04/2018	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS		Ejecutivo	SECRETARIO CONSEJERO	09/04/2008	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON FEDELE CONFALONIERI		Dominical	VICEPRESIDENTE	21/12/2000	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MARCO GIORDANI		Dominical	CONSEJERO	07/05/2003	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON PAOLO VASILE		Ejecutivo	CONSEJERO DELEGADO	29/03/1999	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MASSIMO MUSOLINO		Ejecutivo	CONSEJERO	09/04/2008	18/04/2018	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Número total de consejeros	13

Indique las bajas que, ya sea por dimisión, destitución o por cualquier otra causa, se hayan producido en el consejo de administración durante el periodo sujeto a información:

Nombre o denominación social del consejero	Categoría del consejero en el momento del cese	Fecha del último nombramiento	Fecha de baja	Comisiones especializadas de las que era miembro	Indique si la baja se ha producido antes del fin del mandato
Sin datos					

C.1.3 Complete los siguientes cuadros sobre los miembros del consejo y su distinta categoría:

CONSEJEROS EJECUTIVOS		
Nombre o denominación social del consejero	Cargo en el organigrama de la sociedad	Perfil
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Director General Corporativo	Licenciado en Derecho y Ciencias Empresariales por ICADE, cuenta con un master en Dirección Jurídica de Empresas por el Instituto Libre de Derecho y Economía. Inició su carrera profesional en el despacho de abogados del catedrático de Derecho Administrativo Santiago Muñoz Machado (1991-1998), donde se especializó en legislación relativa a medios de comunicación. En 1998 se incorporó a la Sociedad Telecinco, formando parte del equipo creador de la Asesoría Jurídica y del Departamento de Auditoría Interna de la compañía. En el año 2000 fue nombrado Secretario del Consejo de Administración y en 2003 Secretario General, cargo en cuyo ejercicio ha venido representando a Mediaset España en los principales foros del sector audiovisual. Además, tiene la responsabilidad en materia de Responsabilidad y Gobierno Corporativo de la empresa. En diciembre de 2010, fue nombrado Director General Corporativo. El Sr. Rodríguez Valderas ha representado a Mediaset España Comunicación ante la Administración y los distintos organismos reguladores, participando en los procesos de elaboración de las distintas normas que han disciplinado el sector televisivo y audiovisual. Por otra parte, es Vocal del Consejo Asesor de Telecomunicaciones, profesor del Instituto de Empresa en Derecho Audiovisual, Consejero de la ACT (Association of Commercial Television in Europe).
DON PAOLO VASILE	CONSEJERO DELEGADO	Posee una dilatada trayectoria profesional que nació en el cine y que posteriormente desarrolló en televisión en su país de origen, Italia. Hasta la fecha de su incorporación a Telecinco en septiembre de 1998, era el máximo responsable del Centro de producción de Mediaset en Roma y Subdirector General de Mediaset. Desde 1999 es consejero delegado de Telecinco, hoy convertida en Mediaset España. Paolo Vasile es desde el año 2014 consejero delegado único del grupo para la gestión del contenido y su explotación publicitaria. En estos casi 20 años en Mediaset España, ha liderado el equipo que ha llevado a cabo el desarrollo más importante de Telecinco, actualmente Mediaset España, hasta situarla entre las compañías de mayor rentabilidad de Europa y en el grupo audiovisual líder en nuestro país, integrado a día de hoy por los canales de televisión Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Divinity, Energy, Be Mad y Boing y sus respectivas webs; la plataforma de contenidos online Mitele, el canal de vídeos nativos Mtmad, la filial cinematográfica Telecinco Cinema, la agencia de noticias audiovisuales Atlas y la comercializadora publicitaria Publiespaña, entre otras compañías participadas. Entre los hitos más destacados de su trayectoria se encuentra el desarrollo de un modelo de gestión único entre las empresas audiovisuales a nivel nacional, caracterizado por poseer el mayor porcentaje de producción propia de todos los

CONSEJEROS EJECUTIVOS		
Nombre o denominación social del consejero	Cargo en el organigrama de la sociedad	Perfil
		operadores en España, fruto del trabajo con productoras externas y participadas. Un modelo que ha hecho de sus contenidos una marca reconocida por el espectador, al que Mediaset España ofrece todas las opciones de consumo posibles a través de los nuevos soportes que brindan las nuevas tecnologías.
DON MASSIMO MUSOLINO	Director General de Gestión y Operaciones	Massimo Musolino, es licenciado en Ciencias Económicas y Bancarias por la Universidad de Siena y MBA por la Escuela Empresarial de la Universidad de Turín. El actual Director General de Gestión de Mediaset España, en 1986, se incorpora a la compañía Sirio Group s.p.a de Milán como "controller". En 1988 se incorpora a Fininvest en la Dirección de Planificación y Control de Fininvest s.p.a. ocupándose de diversas actividades relacionadas con el sector de la televisión. En marzo de 1994, se trasladó a España como Responsable de la Dirección de Control de Gestión de Gestevisión Telecinco S.A. En 1996, fue nombrado Director de Operaciones y Control, cargo que desempeñó hasta su nombramiento en 1998 como Subdirector General de Mediaset España. En enero de 2000 volvió a Italia a RTI, compañía que gestiona los tres canales de TV del Grupo Mediaset, con el cargo de Subdirector General de Gestión. A principio de 2002 regresó a España, donde fue nombrado Director General de Gestión y Operaciones de Telecinco, en la actualidad Mediaset España, cargo que desempeña actualmente. En julio 2007 es nombrado Consejero Delegado de Mediacinco Cartera, S.L. y Director en EDAM (Compañía Controlada por Endemol BV), cargo que ocupó hasta mayo 2012. En diciembre 2010 fue nombrado Vice-Presidente y Consejero en Canal+ España hasta el 8 de julio 2014. Desde el 9 de abril de 2008 es miembro del Consejo de Administración de Mediaset España Comunicación, S.A.

Número total de consejeros ejecutivos	3
% sobre el total del consejo	23,08

CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES		
Nombre o denominación social del consejero	Nombre o denominación del accionista significativo a quien representa o que ha propuesto su nombramiento	Perfil
DOÑA GINA NIERI	MEDIASET SPA	Licenciada en Ciencias Políticas por la Universidad de Pisa y especializada en periodismo y comunicación social por la "Universidad Luiss" de Roma. Ha estado trabajando en televisión comercial desde 1977, primero como Secretaria General de FIEL, la primera asociación

CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES		
Nombre o denominación social del consejero	Nombre o denominación del accionista significativo a quien representa o que ha propuesto su nombramiento	Perfil
		de emisoras "libres". Luego se unió a FRT, la Federación de Operadores de Radio y Televisión, como Directora hasta 1990 cuando se unió al GRUPO FININVEST como Gerente de Relaciones con Asociaciones Comerciales. Actualmente en MEDIASET S.p.A., ocupa el cargo de Directora de Asuntos Institucionales y Jurídicosy Análisis Estratégico. Desde junio de 2007 es Vicepresidente de R.T.I. S.p.A., empresa de la que es miembro del Consejo de Administración desde 1999. En abril de 2015 fue nombrada miembro del Consejo de Administración de Mediaset S.p.A., cargo que ocupa desde 1998 y es miembro del Comité Ejecutivo. Es miembro del Consejo de Administración de Class CNBC S.p.A y de Publitalia ´80 S.p.A. Entre 2000 y 2005 ha sido miembro del Consejo de Administración de ALBACOM S.p.A. en representación de Mediaset S.p.A. Es miembro del Consejo General y del Consejo Directivo de CONFINDUSTRIA RADIO TELEVISIONI así como del Comité Presidencial del Máster en Marketing, Comunicación Digital y Gestión de Ventas di Publitalia S.p.A.. Desde 2019 es Vicepresidente de CERRE (Centro de Regulación en Europa). Ha participado y participa en grupos de trabajo en la Comisión Europea, en asuntos relacionados con la protección de menores, también en Internet, el pluralismo de los medios y la gestión del espectro radioeléctrico. El 27 de diciembre de 2012 recibió el título de "Commendatore dell´Ordine al Merito della Repubblica Italiana" (Comandante de la Orden del Mérito de la República Italiana).
DON NICCOLÓ QUERCI	MEDIASET SPA	Licenciado en Derecho por la Universidad de Siena en 1986 y Máster en Comunicación Empresarial en 1988. Desde 2007 es Gerente de Personal y Organización en el Grupo Mediaset Spa y Vicepresidente de Publitalia ´80 S.p.A; desde ?nales de 2014, ha sido Gerente de Adquisiciones. De 2006 a 2010 fue presidente de Media Shopping S.p.A y desde 2003 es Director Gral. de Recursos Humanos, Servicios Generales y Seguridad en R.T.I S.p.A. Desde 2001 es vicepresidente de R.T.I. S.p.A. Y de 1999 a 2006 fue Director de recursos artísticos, producciones, entretenimiento y deporte de la compañía. Asimismo, hasta 2008, fue Gerente de actividades comerciales diversi?cadas y nuevas del Grupo. De 1992 a 1999 fue asistente y o?cial de secretaría de Silvio Berlusconi, ocupando diversos puestos en la organización a lo largo de los años. De 1989 a 1992 fue Gerente de Cuentas Clave y Asistente del Presidente y Director Ejecutivo de Publitalia ´80, y Ejecutivo de Cuentas en P. T. Needham de 1987 a 1988. Es también miembro del Consejo de Administración de Mediaset S.p.A.

CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES		
Nombre o denominación social del consejero	Nombre o denominación del accionista significativo a quien representa o que ha propuesto su nombramiento	Perfil
DON BORJA PRADO EULATE	MEDIASET SPA	Cursó estudios de Derecho en la Universidad Autónoma de Madrid. En los EE.UU. amplió su formación en Relaciones Internacionales y Comercio Exterior en la Universidad de Nueva York y en la firma Philip Brothers. A continuación, se resume su trayectoria profesional: - Presidente de Endesa (2009-2019) - Presidente de Fundación Endesa (2015-2019) - Chairman of Global Coverage de Mediobanca (2015-2018) - Presidente de Mediobanca para Iberia y Latinoamérica (2007-2014) - Vicepresidente de Enersis (2013-2015) - Consejero de Endesa y Endesa Chile (2007-2009) - Vicepresidente de Lazard Asesores Financieros (1999-2007) - Consejero de Rothschild España (1995-1999) - Vicepresidente de UBS en España (1989-1994) - Presidente de Almagro Asesoramiento e Inversiones (1987-2016) - Fomento de Comercio Exterior (Focoex) (1980-1988) En la actualidad ocupa los siguientes cargos: - Co-fundador y Socio Director de Peninsula Capital - Socio de Key Capital Partners - Presidente del Grupo Español de la Comisión Trilateral - Consejero de Mediaset España Comunicación
DON FEDELE CONFALONIERI	MEDIASET SPA	Licenciado en Derecho en la Universidad de Milán, es miembro del Consejo Asesor de Confindustria y Assolombarda. Es miembro del Consejo del diario italiano "Il Giornale", Presidente de Mediaset S.p.A. y de Veneranda Fabbrica del Duomo en Milán, miembro del Consejo General de Confindustria Radio Televisioni.
DON MARCO GIORDANI	MEDIASET SPA	Licenciado en Economía y Comercio por la Universidad "L. Bocconi" de Milán. Desde el año 2000 es Director Financiero del Grupo Mediaset. Desde Junio de 2008 es miembro del Consejo de Administración de Mediaset SPA y miembro de la Comisión Ejecutiva. Es Presidente de Monradio S.r.l., RadioMediaset S.p.A. y Virgin Radio Italy S.p.A. A su vez, es Consejero Delegado de R.T.I., consejero de Mediaset España Comunicación, SA, Publitalia ´80 S.p.A. y Medusa Film S.p.A. Desde 1998 al 2000 fue Director de Control de Inversión en IFIL S.A., posteriormente fue nombrado Consejero y miembro del Comité Ejecutivo de LA RINASCENTE S.p.A. y Consejero de S.I.B. {Sociedad Italiana de Bricolaje). En 1991 fue nombrado Responsable de Gestión Financiera del GRUPO RINASCENTE, adquiriendo el cargo de Director Financiero en 1997.

Número total de consejeros dominicales	5
% sobre el total del consejo	38,46

CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES	
Nombre o denominación social del consejero	Perfil
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	Licenciado en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid y Máster en Asesoría Jurídica y Dirección de Empresas (Instituto de Empresas BS), en la actualidad es consejero y Presidente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento de Iberdrola México, consejero de Willis Towers Watson Iberia, de la sociedad Timón, SL así como de Tropical Hoteles, SL
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Doctora en Ciencias Biológicas, en la especialidad de Genética, cursó su doctorado en Biología Molecular en el laboratorio de la Dra. Margarita Salas, en el Centro Nacional de Biología Molecular Severo Ochoa. Completó su formación académica con un MBA por el IESE Business School de la Universidad de Navarra. A continuación se resume su trayectoria profesional: • Everis: Consejera independiente. Desde 2016-junio 2019 - Presidenta Comisión Nombramientos y Retribuciones. Desde 2013-2016 - Presidenta Comisión Auditoría y Control y desde 2007-2008 - Presidenta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones (2007-2008 / 2012-2019) • Corporación Financiera Alba: Consejera Independiente, Presidenta de la Comisión Nombramientos y Retribuciones y miembro de la Comisión de Seguimiento de Inversiones. (2013-2019) • Grupo Pelayo, Mutua de Seguros y Reaseguros: Consejera independiente, miembro de la Comisión Ejecutiva y Presidenta de la Comisión de Inversiones, del 2013 a 2016 fue Presidenta de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento Normativo (2012-2019) • Expedeon (antiguo Sygnis AG): Presidenta del Consejo. (Dominical) (2012-2019) • Naturgy (antiguo Gas Natural SDG): Consejera independiente y miembro de la Comisión Nombramientos y Retribuciones y miembro de la Comisión Auditoría. (2015-2018) • Science & Innovation Link Office (SILO): Consejera. (Dominical) (2012-2018) • Genetrix, S.L.: Administradora Mancomunada. Desde 2012-2017 – Presidenta y desde 2001-2008 – Presidenta. (2017-2018) • Ministra de Ciencia e Innovación. IX Legislatura de España. (2008-2011) • Asociación de Empresas Biotecnológicas (ASEBIO). Presidenta (2005-2008) • Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Miembro de la Junta directiva (2006-2008) • Grupo Amasua - Vicepresidenta Ejecutiva y Directora Financiera. (1990-2001) • Profesora ayudante. Universidad Autónoma de Madrid. (1989-1990) En la actualidad ocupa los siguientes cargos: • Caixabank: Consejera Independiente y miembro de la Comisión de Innovación, Tecnología y Transformación Digital. • Mediaset España Comunicación, S.A.: Consejera independiente y miembro de la Comisión de Nombramientos. • Compañía de Distribución Integral Logista Holdings, S.A.: Consejera independiente y miembro de la Comisión Auditoría y Control (Abril 2015-Abril 2019 – Presidenta de la Comisión de Auditoria y Control). • Satlantis Microsats, S.L.: Presidenta del Consejo. (Dominical) • Ysios Capital Partners, SGECR : Consejera. (Dominical) • Unicef Comité Español: Miembro del Consejo Asesor • Fundación Cotec: Presidenta del Patronato. • Fundación España Constitucional: Miembro del patronato. • Fundación SEPI: Miembro del patronato. .
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	Nacida en Rosario (Argentina). Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Católica de Buenos Aires y PADE por el IESE. Consejera de Prosegur Compañía de Seguridad, S.A. desde 1997 y Presidente desde 2004, Presidente de la Fundación Prosegur desde 1997, y también es Presidente de Euroforum desde 2004. Otros Consejos de Administración a los que pertenece son: Consejera en Romercapital SICAV S.A., Agrocinegética San Huberto S.L. y Euroforum Escorial S.A. Además, es miembro del Patronato de la Escuela Superior de Música Reina Sofía, de la Fundación Príncipe de Asturias, y colabora también con la Real Asociación de Amigos del Museo Nacional Centro de Arte reina Sofía, la Fundación Amigos Museo del Prado y el Teatro Real de Madrid, donde además es Presidenta del Consejo Internacional desde 2015.

CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES	
Nombre o denominación social del consejero	Perfil
	Le han otorgado el Premio Juan Lladó, el más prestigioso galardón concedido en España en materia de mecenazgo cultural e investigación, también la Medalla de Oro del Fórum de la Alta Dirección, el Trofeo Ramón Borredá, así como el Premio Montblanc de la cultura.
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	Posee estudios de Ciencias Biológicas por la Universidad de Barcelona y Máster en Cooperación Internacional, Paz y Desarrollo, en el marco de las Naciones Unidas por la Universidad del País Vasco. Su trayectoria profesional se refleja en los cargos que ha ocupado en distintas empresas e instituciones: - Presidente de UNICEF País Vasco 1993-2005 - Presidente de UNICEF España 2005-2014 - Miembro del Consejo de Gobierno de la Universidad de Deusto. 2001-2017 - Ponente en los Máster de Cooperación Internacional en la Universidad de Barcelona, del País Vasco, y Complutense de Madrid. 2000-2016 - Consejera independiente de ACCIONA S.A. y miembro de su Comité de Sostenibilidad. 2008-2014 - Consejera independiente del Grupo TUBACEX y miembro de su Comité de Nombramientos y Retribuciones.2009-2018 - Miembro del Consejo de Administración de la Deusto Business School Desde 2014. - Miembro de su Comisión Permanente desde 2018. - Miembro de diversos Jurados de Premios a la Responsabilidad Social Corporativa 2003-2016 - Miembro del Jurado de los Premios Príncipe de Asturias a la Cooperación Internacional 2007-2010 - Miembro del Patronato de OXFAM Intermón. Desde marzo 2014 - Miembro del Patronato de la Fundación Boscana. Desde octubre 2015 - Socia fundadora y vicepresidenta de la Asociación Circulo de Orellana desde 2015 - Miembro del Patronato de la Fundación TUBACEX desde 2016 - Miembro del Consejo Asesor de la Fundación Princesa de Girona Desde junio 2017 De 2010 a 2014 figuró entre las TOP 100 mujeres líderes en España y entre los 100 primeros directivos en el informe MERCO sobre reputación corporativa.

Número total de consejeros independientes	4
% sobre el total del consejo	30,77

Indique si algún consejero calificado como independiente percibe de la sociedad, o de su mismo grupo, cualquier cantidad o beneficio por un concepto distinto de la remuneración de consejero, o mantiene o ha mantenido, durante el último ejercicio, una relación de negocios con la sociedad o con cualquier sociedad de su grupo, ya sea en nombre propio o como accionista significativo, consejero o alto directivo de una entidad que mantenga o hubiera mantenido dicha relación.

En su caso, se incluirá una declaración motivada del consejo sobre las razones por las que considera que dicho consejero puede desempeñar sus funciones en calidad de consejero independiente.

Nombre o denominación social del consejero	Descripción de la relación	Declaración motivada
Sin datos		

OTROS CONSEJEROS EXTERNOS			
Se identificará a los otros consejeros externos y se detallarán los motivos por los que no se puedan considerar dominicales o independientes y sus vínculos, ya sea con la sociedad, sus directivos, o sus accionistas:			
Nombre o denominación social del consejero	Motivos	Sociedad, directivo o accionista con el que mantiene el vínculo	Perfil
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	El Sr. Echevarría ostenta esta categoría debido a que desempeñó su cargo como consejero independiente durante un plazo de 12 años, tras el cual pasó a integrar la condición de otros externos.	MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.	Nacido en Bilbao 1942, es licenciado en Ciencias Empresariales por la Escuela Superior de Técnicos de Empresa de San Sebastián (Universidad de Deusto). Como presidente del Consejo de Administración de Mediaset España (anteriormente denominada Gestevisión Telecinco), cargo que ocupa desde mayo de 1996, Alejandro Echevarría es el máximo exponente de la representación institucional de la compañía y esta etapa profesional suya coincide además en el tiempo con el desarrollo más importante en la historia de la cadena: por haber sido pionera en implantar la tecnología digital en una televisión (redacción de Informativos Telecinco 1998), por haber sido valiente al afrontar el cambio y la evolución de los contenidos en consonancia con las preferencias del público, por haber sido eficaz a la hora de gestionarlo comercialmente a través de su filial Publiespaña, por haber realizado el lanzamiento a Bolsa más exitoso de una empresa del sector. Una suma de factores que ha llevado a Telecinco a ser la televisión más vista de España en los últimos diez años y una de las cadenas más rentables de toda Europa. Previamente a realizar su brillante incursión en el sector de los medios de comunicación, ocupó diversos

OTROS CONSEJEROS EXTERNOS			
Se identificará a los otros consejeros externos y se detallarán los motivos por los que no se puedan considerar dominicales o independientes y sus vínculos, ya sea con la sociedad, sus directivos, o sus accionistas:			
Nombre o denominación social del consejero	Motivos	Sociedad, directivo o accionista con el que mantiene el vínculo	Perfil
			cargos directivos en empresas del automóvil y electrodomésticos y es a partir de 1980 cuando es nombrado consejero delegado de El Correo Español–El Pueblo Vasco, diario en el que se llevó a cabo un importante plan de renovación tecnológica y editorial, convirtiéndose primero en Grupo Correo (posteriormente Grupo Correo-Prensa Española) y actualmente Grupo Vocento, uno de los tres grupos de comunicación multimedia líder en España con intereses en prensa nacional (ABC), regional, radio, Internet y producción audiovisual. En la actualidad es consejero de los periódicos El Diario Vasco, El Diario Montañés y Diario El Correo, así como de las empresas Endesa y CVNE. Por otra parte, fue presidente de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) hasta de marzo de 2011, cargo que ha retomado en Mayo de 2016 hasta diciembre de 2018. Es patrono de la Fundacion De Ayuda contra la Drogadicción y patrono de Honor de la Fundación Novia Salcedo. Es también, vicepresidente del CONR (Foro para la Contratación Pública Socialmente Responsable). Con anterioridad, fue consejero de la Oficina de la Justificación de la Difusión (O.J.D.), presidente de SAPISA (Servicios Auxiliares de Prensa Independiente), de la Agencia Colpisa y de la

OTROS CONSEJEROS EXTERNOS			
Se identificará a los otros consejeros externos y se detallarán los motivos por los que no se puedan considerar dominicales o independientes y sus vínculos, ya sea con la sociedad, sus directivos, o sus accionistas:			
Nombre o denominación social del consejero	Motivos	Sociedad, directivo o accionista con el que mantiene el vínculo	Perfil
			Asociación de Editores de Diarios de España (A.E.D.E.). Fue también presidente de Editores Asociados para la Televisión Independiente S.A. (TEVISA) y miembro del Consejo de Administración de Antena 3 Televisión (1898-1994). Asimismo, fue miembro del Consejo Social de la Universidad de Deusto. Su labor profesional ha sido reconocida con diversos galardones, entre los que se encuentran los de Mejor Empresario Vasco (1998), Mejor Gestión Empresarial (revista Futuro 1998), Premio Valores de Empresa en Medios de Comunicación (Comité Organizador del Congreso de Valores de Empresa, año 2000), Premio Jaume de Cordelles (ESADE, 2001), Miguel Moya (APM 2009), Ilustre de Bilbao (Ayuntamiento de Bilbao 2009), Premio ASTER de Comunicación en 2013 y Ramón Rubial a la Trayectoria Profesional 2014.

Número total de otros consejeros externos	1
% sobre el total del consejo	7,69

Indique las variaciones que, en su caso, se hayan producido durante el periodo en la categoría de cada consejero:

Nombre o denominación social del consejero	Fecha del cambio	Categoría anterior	Categoría actual
Sin datos			

C.1.4 Complete el siguiente cuadro con la información relativa al número de consejeras al cierre de los últimos 4 ejercicios, así como la categoría de tales consejeras:

	Número de consejeras				% sobre el total de consejeros de cada categoría			
	Ejercicio 2019	Ejercicio 2018	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016	Ejercicio 2019	Ejercicio 2018	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016
Ejecutivas					0,00	0,00	0,00	0,00
Dominicales	1	1			20,00	20,00	0,00	0,00
Independientes	3	3	3	1	75,00	75,00	75,00	25,00
Otras Externas					0,00	0,00	0,00	0,00
Total	4	4	3	1	30,77	30,77	23,01	7,69

C.1.5 Indique si la sociedad cuenta con políticas de diversidad en relación con el consejo de administración de la empresa por lo que respecta a cuestiones como, por ejemplo, la edad, el género, la discapacidad, o la formación y experiencia profesionales. Las entidades pequeñas y medianas, de acuerdo con la definición contenida en la Ley de Auditoría de Cuentas, tendrán que informar, como mínimo, de la política que tengan establecida en relación con la diversidad de género.

[√] Sí
[ ] No
[ ] Políticas parciales

En caso afirmativo, describa estas políticas de diversidad, sus objetivos, las medidas y la forma en que se ha aplicado y sus resultados en el ejercicio. También se deberán indicar las medidas concretas adoptadas por el consejo de administración y la comisión de nombramientos y retribuciones para conseguir una presencia equilibrada y diversa de consejeros.

En caso de que la sociedad no aplique una política de diversidad, explique las razones por las cuales no lo hace.

Descripción de las políticas, objetivos, medidas y forma en que se han aplicado, así como los resultados obtenidos

Mediaset España tiene establecidos entre sus objetivos la promoción activa de la diversidad dentro de la Compañía, su Grupo y sus órganos de gobierno, principalmente en el Consejo de Administración y sus Comisiones delegadas.

La diversidad es entendida en su más amplia acepción, abarcando, a modo ejemplificativo y no exhaustivo, aspectos como la edad, el sexo, la discapacidad o la formación y experiencia profesionales.

El compromiso de la Compañía con la diversidad se extiende, tanto a los trabajadores o colaboradores, como a los miembros del Consejo de Administración, intentando que el fomento de la igualdad y de la diversidad esté presente en todos los ámbitos de la compañía.

Tanto las normas de gobierno, como los procedimientos internos de Mediaset España y su Grupo, recogen transversalmente el principio de diversidad, garantizando de esta manera su más efectiva promoción y cumplimiento.

La política de diversidad e inclusión de Mediaset España se asienta sobre los siguientes

PRINCIPIOS DE ACTUACION

Cumplimiento de la legislación vigente en materia de diversidad e inclusión y adopción de las mejores prácticas y directrices de gobierno corporativo en esta materia, tanto a nivel nacional como internacional.

Promoción de las medidas necesarias para asegurar la igualdad de oportunidades y evitar cualquier discriminación en los procesos de selección, tanto de los miembros del Consejo de Administración, como de sus Comisiones delegadas, como del equipo humano de la Compañía y su Grupo.

Fomento de estrategias corporativas que permitan la formación del talento femenino, promoviendo el desarrollo de actividades dirigidas a su consecución.

Revisión periódica de las actividades desarrolladas, con el fin de tener identificadas las potenciales debilidades y puntos de mejora, a efectos de prevenir, mitigar y corregir su impacto.

Utilización de los recursos audiovisuales del Grupo Mediaset España para concienciar y sensibilizar a la audiencia sobre la importancia del respeto y cumplimiento de la diversidad.

Extensión a la cadena de proveedores del compromiso de respeto y promoción de la diversidad y la inclusión

Como consecuencia de la mencionada política de diversidad, la representación femenina dentro del Consejo de Administración alcanza el 30%.

C.1.6 Explique las medidas que, en su caso, hubiese convenido la comisión de nombramientos para que los procedimientos de selección no adolezcan de sesgos implícitos que obstaculicen la selección de consejeras, y que la compañía busque deliberadamente e incluya entre los potenciales candidatos, mujeres que reúnan el perfil profesional buscado y que permita alcanzar una presencia equilibrada de mujeres y hombres:

Explicación de las medidas

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones supervisa la aplicación de la aplicación de la política de diversidad en el momento de nombramiento de los consejeros. En este sentido, se ha provisto de un listado de mujeres que cumplen con todos los requerimientos para ser nombradas miembros del Consejo de Administración de la Compañía.

Cuando a pesar de las medidas que, en su caso, se hayan adoptado, sea escaso o nulo el número de consejeras, explique los motivos que lo justifiquen:

Explicación de los motivos

A cierre del ejercicio el número de consejeras representa el 30% del total de consejeros.

C.1.7 Explique las conclusiones de la comisión de nombramientos sobre la verificación del cumplimiento de la política de selección de consejeros. Y en particular, sobre cómo dicha política está promoviendo el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo de administración.

Tras los nombramientos aprobados por la Junta General celebrada en el ejercicio 2018, siguiendo con las recomendaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, el número de consejeras representa el 30% del total de los miembros del Consejo de Administración.

C.1.8 Explique, en su caso, las razones por las cuales se han nombrado consejeros dominicales a instancia de accionistas cuya participación accionarial es inferior al 3% del capital:

Nombre o denominación social del accionista	Justificación
Sin datos	

Indique si no se han atendido peticiones formales de presencia en el consejo procedentes de accionistas cuya participación accionarial es igual o superior a la de otros a cuya instancia se hubieran designado consejeros dominicales. En su caso, explique las razones por las que no se hayan atendido:

[ ] Sí
[√] No

C.1.9 Indique, en el caso de que existan, los poderes y las facultades delegadas por el consejo de administración en consejeros o en comisiones del consejo:

Nombre o denominación social del consejero o comisión	Breve descripción
PAOLO VASILE	Consejero delegado solidario: tiene delegadas todas las facultades legal y estatutariamente delegables.

C.1.10 Identifique, en su caso, a los miembros del consejo que asuman cargos de administradores, representantes de administradores o directivos en otras sociedades que formen parte del grupo de la sociedad cotizada:

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social de la entidad del grupo	Cargo	¿Tiene funciones ejecutivas?
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Publiespaña, SAU	Secretario Consejero	NO
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Grupo Editorial Tele5, SAU	Secretario consejero	NO
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Advertisement 4 Adventure, SLU	Secretario consejero	NO
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, SLU	Secretario consejero	NO
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Mediacinco Cartera, SLU	Secretario consejero	NO
DON PAOLO VASILE	Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, SLU	Presidente y Consejero Delegado	SI
DON PAOLO VASILE	Publiespaña, SAU	Consejero delegado	SI
DON PAOLO VASILE	Grupo Editorial Tele, SAU	Presidente	NO
DON PAOLO VASILE	Telecinco Cinema, SAU	Presidente	NO
DON PAOLO VASILE	Conecta 5 Telecinco, SAU	Presidente	NO
DON MASSIMO MUSOLINO	Publiespaña, SAU	Consejero	NO
DON MASSIMO MUSOLINO	Grupo Editorial Tele5, SAU	Consejero Delegado	SI
DON MASSIMO MUSOLINO	Telecinco Cinema, SAU	Consejero Delegado	SI
DON MASSIMO MUSOLINO	Conecta 5 Telecinco, SAU	Consejero	NO
DON MASSIMO MUSOLINO	Advertisement 4 Adventure, SLU	Presidente	NO

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social de la entidad del grupo	Cargo	¿Tiene funciones ejecutivas?
DON MASSIMO MUSOLINO	Mediacinco Cartera, SLU	Presidente y Consejero delegado	SI
DON MASSIMO MUSOLINO	Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, SLU	Consejero	NO
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU	Secretario consejero	NO
DON MASSIMO MUSOLINO	Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU	Consejero	NO
DON PAOLO VASILE	Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU	Presidente y Consejero Delegado	NO

C.1.11 Detalle, en su caso, los consejeros o representantes de consejeros personas jurídicas de su sociedad, que sean miembros del consejo de administración o representantes de consejeros personas jurídicas de otras entidades cotizadas en mercados oficiales de valores distintas de su grupo, que hayan sido comunicadas a la sociedad:

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social de la entidad cotizada	Cargo
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Compañía de Distribución Integral Logista Holdings, SA	CONSEJERO
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	Endesa, SA	CONSEJERO
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	Prosegur Compañía de Seguridad, SA	PRESIDENTE
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Caixabank, SA	CONSEJERO

C.1.12 Indique y, en su caso explique, si la sociedad ha establecido reglas sobre el número máximo de consejos de sociedades de los que puedan formar parte sus consejeros, identificando, en su caso, dónde se regula:

[√] Sí
[ ] No

Explicación de las reglas e identificación del documento donde se regula

En cumplimiento de las recomendaciones establecidas por la Comisión del Mercado de Valores y recogidas en el Código Unificado de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas, el Consejo de Administración de Mediaset España ha establecido determinadas reglas sobre el número de Consejos de los que pueden formar parte sus consejeros con el fin de garantizar que dedican el tiempo y esfuerzo necesarios para desempeñar con eficacia las obligaciones que de sus cargos se desprenden.

En este sentido, el Consejo de Administración ha establecido diferentes reglas en función de la tipología y características de cada una de las categorías de los consejeros. En el caso de los consejeros ejecutivos y dominicales las reglas son más restrictivas y el número Consejos de Administración de los que pueden formar parte es inferior al del resto de otras categorías limitándose a su vez el número de Consejos de los que pueden formar parte dentro de las sociedades del Grupo Mediaset.

En cuanto a las reglas aplicables a los consejeros independientes su participación en otros Consejos de Administración se asocia a la condición que ostenten en los mismos, distinguiendo si son dominicales, ejecutivos o independientes, variando los límites en función de los mismos.

Se establece asimismo el compromiso de los consejeros de comunicar a Mediaset España cualquier nombramiento o modificación con respecto a la información que se haya notificado a la Sociedad a la mayor brevedad posible.

C.1.13 Indique los importes de los conceptos relativos a la remuneración global del consejo de administración siguientes:

Remuneración devengada en el ejercicio a favor del consejo de administración (miles de euros)	6.065
Importe de los derechos acumulados por los consejeros actuales en materia de pensiones (miles de euros)	
Importe de los derechos acumulados por los consejeros antiguos en materia de pensiones (miles de euros)	

C.1.14 Identifique a los miembros de la alta dirección que no sean a su vez consejeros ejecutivos, e indique la remuneración total devengada a su favor durante el ejercicio:

Nombre o denominación social	Cargo/s
DON SALVADOR FIGUEROS HERNÁNDEZ	Director de Marketing
DON ANGEL JUAN PABLO LÓPEZ	Director Comercial
DON JAIME GUERRA GONZÁLEZ	Director División Producción
DON LÁZARO GARCÍA HERRERO	Director Comercial
DON LEONARDO BALTANÁS RAMÍREZ	Director División de Producción
DON JUAN PEDRO VALENTÍN PADÍN	Director División Informativos
DOÑA PATRICIA MARCO JORGE	Director División Antena
DOÑA MIRTA DRAGOEVICH FRAERMAN	Directora División de Comunicación y Relaciones Externas
DOÑA CRISTINA PANIZZA MIEZA	Directora Operaciones Servicios Ventas
DON PEDRO MARÍA PIQUERAS GÓMEZ	Director División Informativos Telecinco
DON ALVARO AUGUSTIN REGAÑÓN	Director General Telecinco Cinema
DON FRANCISCO JAVIER URÍA IGLESIAS	Director División Económico-Finaciera
DON JOSÉ LUIS VILLALEGRE	Director Comercial
DON MANUEL VILLANUEVA DE CASTRO	Director General Contenidos
DON FRANCISCO ALÚM LÓPEZ	Director General Publiespaña
DON ÁNGEL SANTAMARÍA BARRIO	Director Auditoría Interna
DON EUGENIO FERNÁNDEZ ARANDA	Director División Tecnologías
DON GHISLAIN BARROIS	Director División de Cine, Venta, Aquisición de Derechos y Distribución
DON GIUSEPPE SILVESTRONI	Director división Producciones
Remuneración total alta dirección (en miles de euros)	8.379

C.1.15 Indique si se ha producido durante el ejercicio alguna modificación en el reglamento del consejo:

[√] Sí
[ ] No

Descripción modificaciones

Señalar que durante el ejercicio 2019 se han modificado ciertos artículos del Reglamento del Consejo de Administración con el objeto de introducir ciertas medidas técnicas de mejora así como la adaptación de la redacción de determinados artículos a las modificaciones legislativas y jurisprudenciales. En este sentido:

- La modificación del artículo 6 "Competencias del Consejo de Administración" tiene como finalidad adaptar la redacción a los requerimientos del artículo 253 Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, en su redacción dada por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en lo que a la publicación de la información no financiera se refiere.

- La modificación del artículo 21 "Comisión de Auditoría y Cumplimiento" introduce unas medidas técnicas de mejora en lo que a la redacción de las competencias de control y supervisión del auditor externo respecta.

- Por último, la modificación del artículo 28 "Retribución del Consejero" responde a la necesidad de adaptar su redacción a los criterios establecidos en la Sentencia del Tribunal Supremo 98/2018, de 26 de febrero, de manera que incluya todos los conceptos retributivos por los que puedan ser remunerados los Consejeros, tanto por su pertenencia al Consejo de Administración y sus Comisiones, como por el ejercicio de funciones delegadas o ejecutivas; estableciéndose dentro de las competencias de la Junta General la de fijar el importe máximo anual de la retribución correspondiente a todos los Consejeros, tanto por su pertenencia al Consejo de Administración y sus Comisiones, como por sus funciones delegadas o ejecutivas. Por este motivo, se ha considerado oportuno proponer una nueva redacción a todo el artículo.

C.1.16 Indique los procedimientos de selección, nombramiento, reelección y remoción de los consejeros. Detalle los órganos competentes, los trámites a seguir y los criterios a emplear en cada uno de los procedimientos.

Los procedimientos de nombramiento, reelección, evaluación y remoción de los consejeros están establecidos en los Estatutos Sociales, en el Reglamento del Consejo de Administración y en el de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Los órganos competentes son: (i) Junta General, (ii) Consejo de Administración y (iii) Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

Nombramiento y Reelección:

- Para ser consejero no es necesario ser accionista de Mediaset España.
- El nombramiento de los consejeros independientes está limitado a 12 años.
- Para el caso de los Presidentes de las Comisiones de Auditoría y Nombramientos y retribuciones el plazo máximo durante el que pueden ejercer su cargo es de cuatro (4) años.
- El número de consejeros lo fija la Junta General, en la actualidad está fijado en 13 miembros.
- No podrán ser nombrados consejeros: (i) las sociedades, nacionales o extranjeras, del sector audiovisual competidoras y sus administradores o altos directivos, salvo que dichas sociedades formen parte del mismo grupo al que pertenece Mediaset España, (ii) tampoco las personas que estén incursas en cualquier otro supuesto de incompatibilidad o prohibición regulado en disposiciones de carácter general.
- Tanto el nombramiento como el cese del Secretario y del Vicesecretario deberá ser informado por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y deberá ajustarse a las definiciones recogidas en los Estatutos Sociales y en el Reglamento del Consejo de Administración.
- Existe la obligación por parte de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de asegurarse de que a la hora de proveer vacantes no existan dificultades para seleccionar a consejeras.

El procedimiento de nombramiento, reelección y remoción de los consejeros de Mediaset España se inicia en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. El artículo 5 del Reglamento establece la obligación de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de:
- Proteger la integridad del proceso de selección de Consejeros y altos ejecutivos, definiendo el perfil (conocimientos, experiencia y aptitudes) de los candidatos y, en particular, hacer propuestas al Consejo para el nombramiento y cese de Consejeros, bien por cooptación, bien por propuesta del Consejo a la Junta General de accionistas, y proponer al Consejo los miembros que deben pertenecer a cada una de las Comisiones. En el caso de los consejeros independientes, su nombramiento se hará a propuesta de la Comisión.
- Asesorar al Consejo de Administración en la sucesión del Presidente y primeros ejecutivos de la Compañía, formulando las sugerencias que estime oportunas.
- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de Mediaset España.
- Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Compañía a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.
- Asesorar al Consejo de Administración sobre el cese y proponer el nombramiento del Secretario y del Vicesecretario, en su caso.

Una vez formulado el preceptivo Informe, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones eleva sus propuestas al Consejo de Administración. De este modo, las propuestas de nombramiento de consejeros que el Consejo de Administración somete a la consideración de la Junta General y las decisiones de nombramiento que adopte el Consejo, en virtud de las facultades de cooptación que tiene atribuidas, están precedidas del

correspondiente informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Cuando el Consejo se aparte de las recomendaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones habrá de motivar las razones de su proceder y dejar constancia en acta de sus razones.

En este sentido, el Consejo de Administración y, dentro del ámbito de sus competencias, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, procurarán que las propuestas de candidatos que se eleven a la Junta General, y los nombramientos que realice directamente para cubrir las vacantes en ejercicio de sus facultades de cooptación, recaigan sobre personas de reconocida solvencia, competencia y experiencia, especialmente en el caso de nombramiento de consejero independiente. En todo caso, es necesario que se incluya una descripción de la experiencia profesional de los candidatos destacando las circunstancias que justifiquen su nombramiento como independiente.

El Consejo de Administración procurará que en la composición del mismo los consejeros externos o no ejecutivos representen una mayoría sobre los consejeros ejecutivos y que dentro de aquéllos haya un número razonable de consejeros independientes. El Consejo procurará igualmente que dentro del grupo mayoritario de los consejeros externos se integren los consejeros dominicales e independientes. La decisión final corresponde a la Junta General, quedando a salvo la designación mediante el sistema proporcional recogido en la Ley de Sociedades de Capital, a propuesta del Consejo de Administración y previo informe y asesoramiento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. No existen en los Estatutos Sociales de Mediaset España mayorías reforzadas.

Cese de los consejeros:

Además de en los casos previstos en la Ley, los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración en los casos que se enumeran en el apartado C1.19 siguiente del presente Informe.
En este caso los órganos competentes y el proceso es similar, se inicia en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, posteriormente interviene el Consejo de Administración y finalmente la Junta General de accionistas.

C.1.17 Explique en qué medida la evaluación anual del consejo ha dado lugar a cambios importantes en su organización interna y sobre los procedimientos aplicables a sus actividades:

Descripción modificaciones

El procedimiento de autoevaluación del Consejo de Administración, de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y de la de Nombramientos y Retribuciones, se ha realizado durante el ejercicio 2019, como viene sucediendo en los ejercicios previos. Al igual que en años anteriores, el procedimiento de autoevaluación ha partido de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y se ha llevado a cabo mediante la elaboración de un cuestionario al que los consejeros han dado respuesta.

El proceso de evaluación anual del Consejo de Administración no ha dado lugar a cambios significativos debido al proceso de mejora que se lleva realizando desde hace varios años.

Describa el proceso de evaluación y las áreas evaluadas que ha realizado el consejo de administración auxiliado, en su caso, por un consultor externo, respecto del funcionamiento y la composición del consejo y de sus comisiones y cualquier otra área o aspecto que haya sido objeto de evaluación.

Descripción proceso de evaluación y áreas evaluadas

La evaluación anual del Consejo de Administración y de las Comisiones de la Compañía se añade a la que se viene realizando sobre el primer ejecutivo de Mediaset España, cumpliendo así con la normativa legal y con las recomendaciones de gobierno corporativo. En la evaluación han participado la totalidad de los consejeros.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha supervisado la elaboración de un formulario de autoevaluación anual, tanto del Consejo de Administración, como de sus Comisiones.

Dicho formulario ha sido propuesto al Consejo de Administración para su aprobación y, tras ello, ha sido repartido entre todos y cada de los Consejeros para que procedan a su cumplimentación durante un plazo otorgado a tal fin.

Una vez cumplimentado, el formulario ha sido remitido por cada consejero al Secretario del Consejo de Administración que, con base en las valoraciones contenidas en cada uno de los formularios recibidos, y manteniendo el anonimato de las mismos, ha confeccionado un Informe final en el que aparecen, acumuladas, las valoraciones efectuadas por los Consejeros, así como sus comentarios sobre cualesquiera cuestiones que hayan tenido por conveniente.

Para definir los puntos que iban a ser evaluados se ha realizado una selección de los principales aspectos relacionados con el funcionamiento del Consejo de Administración, al que se le ha aplicado un sistema de valoración. En este sentido, y en relación con el Consejo de Administración, se ha sometido a evaluación hasta un total de 12 puntos diferentes relacionados con su funcionamiento.

En cuanto a la evaluación de las Comisiones, el esquema seguido ha sido paralelo al del Consejo de Administración: se han definido los puntos importantes que afectan al desarrollo, funcionamiento y desempeño de las funciones, sometiéndose a una puntuación.

La evaluación del primer ejecutivo de la compañía tal y como viene sucediendo en ejercicios anteriores, ha sido liderada desde la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, responsable de la evaluación de su desempeño.

C.1.18 Desglose, en aquellos ejercicios en los que la evaluación haya sido auxiliada por un consultor externo, las relaciones de negocio que el consultor o cualquier sociedad de su grupo mantengan con la sociedad o cualquier sociedad de su grupo.

En la evaluación realizada en el 2019 no ha participado ningún consultor externo.

C.1.19 Indique los supuestos en los que están obligados a dimitir los consejeros.

Los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración y formalizar, si éste lo considera conveniente, la correspondiente dimisión en los siguientes casos:

(a) Cuando alcancen la edad de 85 años. El cese como consejero y en el cargo se producirá en la primera sesión del Consejo de Administración que tenga lugar después de celebrada la Junta General de accionistas que apruebe las cuentas del ejercicio en que el consejero cumpla la edad referida.

(b) Cuando cesen en los puestos ejecutivos a los que estuviere asociado su nombramiento como consejero;

(c) Cuando se vean incursos en alguno de los supuestos de incompatibilidad o prohibición aplicables;

(d) Cuando resulten gravemente amonestados por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones por haber infringido sus obligaciones como consejeros;

(e) Cuando su permanencia en el Consejo pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de Mediaset España.

(f) Cuando el accionista al que representan venda íntegramente o rebaje su participación en Mediaset España por debajo del umbral correspondiente; en este último caso, el número de dimisiones será proporcional a la reducción en la participación accionarial;

En el caso de que una persona física representante de una persona jurídica Consejero incurriera en alguno de los supuestos previstos en el apartado 3, aquella quedará inhabilitada para ejercer dicha representación.

El Consejo de Administración podrá proponer el cese de algún consejero independiente antes de que finalice el periodo estatutario para el que hubiera sido nombrado únicamente en el caso en que concurra justa causa, considerándose como tal cuando el consejero hubiera incumplido los deberes inherentes a su cargo o incurrido en alguna de las causas contempladas en el Reglamento que impidiesen su nombramiento como consejero independiente.

C.1.20 ¿Se exigen mayorías reforzadas, distintas de las legales, en algún tipo de decisión?:

[ ] Sí
[√] No

En su caso, describa las diferencias.

C.1.21 Explique si existen requisitos específicos, distintos de los relativos a los consejeros, para ser nombrado presidente del consejo de administración:

[ ] Sí
[√] No

C.1.22 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo establecen algún límite a la edad de los consejeros:

[√] Sí
[ ] No

	Edad límite
Presidente	85
Consejero delegado	85
Consejero	85

Se hace constar que en los supuestos comentados, los Consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración, siendo éste último el que delibere sobre la conveniencia de formalizar la dimisión.

C.1.23 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo establecen un mandato limitado u otros requisitos más estrictos adicionales a los previstos legalmente para los consejeros independientes, distinto al establecido en la normativa:

[ ] Sí
[√] No

C.1.24 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo de administración establecen normas específicas para la delegación del voto en el consejo de administración en favor de otros consejeros, la forma de hacerlo y, en particular, el número máximo de delegaciones que puede tener un consejero, así como si se ha establecido alguna limitación en cuanto a las categorías en que es posible delegar, más allá de las limitaciones impuestas por la legislación. En su caso, detalle dichas normas brevemente.

El artículo 25 del Reglamento del Consejo de Administración establece que los Consejeros harán todo lo posible para acudir a las sesiones del Consejo. No obstante, aquellos que no pudieran asistir personalmente a la reunión, procurarán hacerse representar en el Consejo por medio de otro Consejero. La representación habrá de conferirse por escrito y con carácter especial para cada sesión incluyendo las debidas instrucciones, debiendo comunicarse al Presidente o al Secretario por cualquier medio que permita su recepción, pudiendo un mismo Consejero ostentar varias delegaciones. En todo caso, los Consejeros no ejecutivos sólo podrán hacerse representar por otro Consejero no ejecutivo.

C.1.25 Indique el número de reuniones que ha mantenido el consejo de administración durante el ejercicio. Asimismo, señale, en su caso, las veces que se ha reunido el consejo sin la asistencia de su presidente. En el cómputo se considerarán asistencias las representaciones realizadas con instrucciones específicas.

Número de reuniones del consejo	12
Número de reuniones del consejo sin la asistencia del presidente	0

Indíquese el número de reuniones mantenidas por el consejero coordinador con el resto de consejeros, sin asistencia ni representación de ningún consejero ejecutivo:

Número de reuniones	0

Indique el número de reuniones que han mantenido en el ejercicio las distintas comisiones del consejo:

Número de reuniones de Comisión de Auditoría y Cumplimiento	5
Número de reuniones de Comisión de Nombramientos y Retribuciones	3

Número de reuniones de Comisión Ejecutiva	3

C.1.26 Indique el número de reuniones que ha mantenido el consejo de administración durante el ejercicio y los datos sobre asistencia de sus miembros:

Número de reuniones con la asistencia presencial de al menos el 80% de los consejeros	11
% de asistencia presencial sobre el total de votos durante el ejercicio	94,90
Número de reuniones con la asistencia presencial, o representaciones realizadas con instrucciones específicas, de todos los consejeros	9
% de votos emitidos con asistencia presencial y representaciones realizadas con instrucciones específicas, sobre el total de votos durante el ejercicio	98,10

C.1.27 Indique si están previamente certificadas las cuentas anuales individuales y consolidadas que se presentan al consejo para su formulación:

[ ] Sí
[√] No

Identifique, en su caso, a la/s persona/s que ha/han certificado las cuentas anuales individuales y consolidadas de la sociedad, para su formulación por el consejo:

C.1.28 Explique, si los hubiera, los mecanismos establecidos por el consejo de administración para evitar que las cuentas individuales y consolidadas por él formuladas se presenten en la junta general con salvedades en el informe de auditoría.

Los mecanismos que se han establecido en Mediaset España para evitar que las cuentas anuales individuales y consolidadas se presenten a nuestros accionistas con salvedades son varios y afectan a todos los niveles de la compañía. La división económico-financiera es la encargada de la preparación de las cuentas anuales, individuales y consolidadas, de los estados financieros, desgloses e información individual tanto de Mediaset como de su Grupo.

En el siguiente mecanismo de control, se encuentran las reuniones preparatorias que se celebran con el auditor externo de Mediaset España con el objetivo de informar sobre el estado en que se encuentra al trabajo de revisión, si ha habido incidencias, es necesario completar información, etc. A estas reuniones asisten los consejeros independientes que forman parte de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, el Director General de Gestión y Operaciones, Director Financiero, de Consolidación, así como el Director General Corporativo y el de auditoría interna.

Por último señalar que toda la información es revisada y supervisada por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento con el fin de asegurar el cumplimiento de los requerimientos legales y la correcta aplicación de los principios contables de aplicación en España y de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC), para poder así anticipar cualquier discrepancia que pudiera existir con el auditor de cuentas.

Siguiendo con este procedimiento, durante el ejercicio 2019 la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se ha reunido en cinco ocasiones, coincidiendo con la formulación de los estados contables anuales, trimestrales y semestrales.

Antes de analizar este apartado, señalar que las cuentas anuales de Mediaset España y su grupo se han formulado y aprobado sin salvedades desde que comenzaron a auditarse en el año 1996.

C.1.29 ¿El secretario del consejo tiene la condición de consejero?

[√] Sí
[ ] No

Si el secretario no tiene la condición de consejero complete el siguiente cuadro:

C.1.30 Indique los mecanismos concretos establecidos por la sociedad para preservar la independencia de los auditores externos, así como, si los hubiera, los mecanismos para preservar la independencia de los analistas financieros, de los bancos de inversión y de las agencias de calificación, incluyendo cómo se han implementado en la práctica las previsiones legales.

La independencia del auditor de Mediaset España y su Grupo está garantizada desde el control y seguimiento que se realiza desde la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y en última instancia por el Consejo de Administración.

El Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento establece entre sus funciones:

. Proponer al Consejo de Administración su nombramiento, las condiciones de su contratación, la duración de su encargo profesional y la resolución o no renovación del nombramiento.

. Actúa como canal de comunicación entre el auditor y Mediaset España. En el caso de ser necesario, estará encargada de recibir la información sobre las cuestiones que podrían poner en riesgo su independencia, sin que hasta la fecha se haya dado esta situación.

. Autorizar los contratos entre el auditor y Mediaset España que sean ajenos a la propia actividad de auditoría de cuentas y no proponer el nombramiento de cualquier firma de auditoría cuando (i) se encuentre incursa en alguna causa de incompatibilidad conforme a la legislación sobre auditoría o (ii) los honorarios que Mediaset España prevea satisfacer al auditor sean superiores al cinco (5) por ciento de sus ingresos totales durante el último ejercicio.

Señalar que, con carácter previo a la emisión de su informe, el auditor de cuentas de Mediaset España y su Grupo emite una declaración de independencia frente a la sociedad y/o entidades vinculadas, junto con información sobre los servicios adicionales de cualquier clase que los auditores presten a las mismas. Dicha declaración de independencia incluye a la totalidad los miembros del equipo de auditoría que intervienen en el proceso y es presentada a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

Mecanismos para preservar la independencia de los analistas financieros, bancos de inversión y agencias de calificación.

La relación de Mediaset España con los analistas financieros, bancos de inversión y agencias de calificación se centraliza desde la Dirección de Relación con Inversores que vela porque la información facilitada a los mercados se realice de forma transparente e imparcial.

Con este objetivo, se han establecido diversos canales de comunicación que garantizan que la difusión de las informaciones sobre la Compañía se realice de forma inmediata y no discriminatoria. Entre éstos cabe destacar: publicación de resultados trimestrales, así como de cualquier acontecimiento que afecte a la marcha de la compañía, en la página web; atención personalizada por parte de la dirección de relaciones con inversores; posibilidad de contactar con la compañía por vía telefónica o mediante el correo electrónico; realización de presentaciones presenciales (road shows) o vía internet.

Asimismo, después de cualquier publicación de los resultados tiene lugar una presentación de los mismos realizada por los principales directivos de la compañía, que puede ser seguida, en tiempo real, mediante conference call y/o webcast por que los accionistas, inversores institucionales y analistas que lo consideren. Dicha conference call queda grabada y accesible a través de la página Web de la compañía en la sección de relación con los inversores durante los tres meses siguientes al evento.

Toda la información acerca de Mediaset España está a disposición de los terceros interesados a través de la página web de la compañía (http://www.telecinco.es/inversores/es/) tanto en castellano como en inglés.

C.1.31 Indique si durante el ejercicio la Sociedad ha cambiado de auditor externo. En su caso identifique al auditor entrante y saliente:

[ ] Sí
[√] No

En el caso de que hubieran existido desacuerdos con el auditor saliente, explique el contenido de los mismos:

[ ] Sí
[√] No

C.1.32 Indique si la firma de auditoría realiza otros trabajos para la sociedad y/o su grupo distintos de los de auditoría y en ese caso declare el importe de los honorarios recibidos por dichos trabajos y el porcentaje que supone sobre los honorarios facturados a la sociedad y/o su grupo:

[√] Sí
[ ] No

	Sociedad	Sociedades del grupo	Total
Importe de otros trabajos distintos de los de auditoría (miles de euros)	57	7	64
Importe trabajos distintos de los de auditoría / Importe trabajos de auditoría (en %)	29,53	6,25	20,98

C.1.33 Indique si el informe de auditoría de las cuentas anuales del ejercicio anterior presenta reservas o salvedades. En su caso, indique las razones dadas a los accionistas en la Junta General por el presidente de la comisión de auditoría para explicar el contenido y alcance de dichas reservas o salvedades.

[ ] Sí
[√] No

C.1.34 Indique el número de ejercicios que la firma actual de auditoría lleva de forma ininterrumpida realizando la auditoría de las cuentas anuales individuales y/o consolidadas de la sociedad. Asimismo, indique el porcentaje que representa el número de ejercicios auditados por la actual firma de auditoría sobre el número total de ejercicios en los que las cuentas anuales han sido auditadas:

	Individuales	Consolidadas
Número de ejercicios ininterrumpidos	3	3

	Individuales	Consolidadas
N° de ejercicios auditados por la firma actual de auditoría / N° de ejercicios que la sociedad o su grupo han sido auditados (en %)	13,04	13,04

C.1.35 Indique y, en su caso detalle, si existe un procedimiento para que los consejeros puedan contar con la información necesaria para preparar las reuniones de los órganos de administración con tiempo suficiente:

[√] Sí
[ ] No

Detalle del procedimiento

Antes del cierre del año, el Secretario envía a los consejeros un calendario de las reuniones junto con la relación de los asuntos a tratar en las reuniones del Consejo de Administración y de las Comisiones que se celebrarán en el ejercicio siguiente. A partir de ese momento, los consejeros ponen en marcha el procedimiento que se establece en el artículo 29 del Reglamento del Consejo de Administración. Asimismo, el Secretario envía a los consejeros por correo electrónico el orden de día de los asuntos a tratar.

El procedimiento, reforzado por el control directo del Presidente que ha de cuidar que los consejeros reciban con antelación suficiente toda la información necesaria, se inicia desde el momento de la convocatoria: el artículo 24 establece que deberá incluir siempre el orden del día de la sesión y acompañarse de la información relevante debidamente preparada y resumida. La convocatoria y el envío de la información relevante se realizará con cinco (5) días de antelación. En el ejercicio de sus competencias, el Presidente coordina con el Secretario tanto la preparación como el envío del orden del día a todos los consejeros.

Asimismo, en el artículo 29 se amplía el derecho de información de los consejeros no sólo a lo referente al orden del día de las reuniones del Consejo de Administración, sino a cualquier aspecto relacionado con Mediaset España, incluyendo el examen de sus libros registros, documentos y antecedentes de las operaciones societarias. Se recoge también la posibilidad de inspeccionar las instalaciones y el poder de comunicar en cualquier momento con la dirección de la compañía.

Los mecanismos para ejercer las mencionadas facultades de información son canalizadas a través del Presidente, del Consejero Delegado o del Secretario del Consejo de Administración, quienes atenderán las solicitudes facilitando
directamente información, ofreciéndole interlocutores adecuados en el nivel de la organización que proceda o arbitrando las medidas para que pueda practicar in situ las diligencias de examen e inspección deseadas.

Los procedimientos para garantizar que los consejeros reciben la información a tiempo, están claramente establecidos en el Reglamento. Adicionalmente, dentro de las obligaciones generales de los consejeros está la de informarse sobre la marcha de Mediaset España y preparar adecuadamente las reuniones del Consejo de Administración y de las Comisiones de las que forme parte.

C.1.36 Indique y, en su caso detalle, si la sociedad ha establecido reglas que obliguen a los consejeros a informar y, en su caso, dimitir en aquellos supuestos que puedan perjudicar al crédito y reputación de la sociedad:

[√] Sí
[ ] No

Explique las reglas

Los artículos 32 y 35 del reglamento del Consejo de Administración exigen al consejero la obligación de informar a la sociedad de las causas penales en las que aparezcan como imputados y del desarrollo de las mismas.

Asimismo, entre los supuestos en los que los consejeros deberán cesar en su cargo se encuentra el caso en el que se permanencia en el Consejo de Administración pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o a través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de Mediaset España.

C.1.37 Indique si algún miembro del consejo de administración ha informado a la sociedad que ha resultado procesado o se ha dictado contra él auto de apertura de juicio oral, por alguno de los delitos señalados en el artículo 213 de la Ley de Sociedades de Capital:

[ ] Sí
[√] No

C.1.38 Detalle los acuerdos significativos que haya celebrado la sociedad y que entren en vigor, sean modificados o concluyan en caso de cambio de control de la sociedad a raíz de una oferta pública de adquisición, y sus efectos.

En la actualidad no existe ningún acuerdo en vigor relacionado con un cambio de control de Mediaset España a raíz de una oferta pública de adquisición.

C.1.39 Identifique de forma individualizada, cuando se refiera a consejeros, y de forma agregada en el resto de casos e indique, de forma detallada, los acuerdos entre la sociedad y sus cargos de administración y dirección o empleados que dispongan indemnizaciones, cláusulas de garantía o blindaje, cuando éstos dimitan o sean despedidos de forma improcedente o si la relación contractual llega a su fin con motivo de una oferta pública de adquisición u otro tipo de operaciones.

Numero de beneficiarios	10
Tipo de beneficiario	Descripción del acuerdo
1.- Consejero Ejecutivo	1- Consejero Ejecutivo: Régimen indemnizatorio: a) Extinción por baja voluntaria: devengo por año: salario fijo año+bonus año/13,5, siendo la compensación total la suma de los años de trabajo. b) Despido procedente o improcedente.: indemnización legal + indemnización punto a) En el supuesto en que se produjera cualquier cambio en la actual titularidad/control (directo o indirecto) de la Sociedad, y para los casos de despido improcedente, despido colectivo u objetivo, extinción por parte del Director General por causas previstas en los artículos 39, 40, 41 y 50 del Estatuto de los Trabajadores: dos anualidades de la retribución bruta.

Indique si más allá de en los supuestos previstos por la normativa estos contratos han de ser comunicados y/o aprobados por los órganos de la sociedad o de su grupo. En caso positivo, especifique los procedimientos, supuestos previstos y la naturaleza de los órganos responsables de su aprobación o de realizar la comunicación:

	Consejo de administración	Junta general
Órgano que autoriza las cláusulas		

	Si	No
¿Se informa a la junta general sobre las cláusulas?		√

Las cláusulas indemnizatorias de los consejeros ejecutivos son sometidas a la aprobación de la Junta General de Accionistas al incluirse tanto en la política de remuneraciones como en el Informe sobre Remuneraciones de los consejeros.

Los contratos de los consejeros ejecutivos son aprobados por el Consejo de Administración.

C.2. Comisiones del consejo de administración

C.2.1 Detalle todas las comisiones del consejo de administración, sus miembros y la proporción de consejeros ejecutivos, dominicales, independientes y otros externos que las integran:

Comisión de Auditoría y Cumplimiento		
Nombre	Cargo	Categoría
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	PRESIDENTE	Independiente
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	VOCAL	Independiente
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	VOCAL	Independiente
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical

Comisión de Auditoría y Cumplimiento		
Nombre	Cargo	Categoría
DON MARCO GIORDANI	VOCAL	Dominical

% de consejeros ejecutivos	0,00
% de consejeros dominicales	40,00
% de consejeros independientes	60,00
% de consejeros otros externos	0,00

Explique las funciones, incluyendo, en su caso, las adicionales a las previstas legalmente, que tiene atribuidas esta comisión, y describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma. Para cada una de estas funciones, señale sus actuaciones más importantes durante el ejercicio y cómo ha ejercido en la práctica cada una de las funciones que tiene atribuidas, ya sea en la ley o en los estatutos u otros acuerdos sociales.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento: Se reúne, al menos, una vez al trimestre y una de sus reuniones está destinada a evaluar la eficiencia y el cumplimiento de las reglas y procedimientos de gobierno de Mediaset España así como a preparar la información a aprobar por el Consejo de Administración. Sus competencias abarcan diferentes ámbitos de supervisión de la compañía:

(i) en relación con el auditor de cuentas, es el órgano encargado de proponer su nombramiento, de velar por su independencia, mediar como canal de comunicación con el órgano de administración en caso de que surgieran discrepancias, verificar que se respeta la legislación vigente sobre prestación de servicios distintos a los de auditoría, autorizando los contratos del auditor ajenos a la propia actividad de auditoría, así como verificar que se comunica a la CNMV el cambio del auditor de cuentas, en su caso

(ii) en relación con la información financiera: está encargada de velar que la misma, ya sea anual o periódica cumpla con los requisitos legales; el control abarca tanto a las cuentas anuales como a la información pública periódica que debe comunicarse tanto a las autoridades como a los mercados.

(iii) en relación con el control interno y las relaciones con el Departamento de Auditoría Interna: como órgano responsable del buen funcionamiento del Departamento, deberá proponer la selección y nombramiento de su responsable; velar porque el Departamento de Auditoría realice sus funciones con total independencia, aprobar el Plan Anual de Auditoría Interna así como cualquier otro plan adicional que fuera necesario por necesidades organizativas; implica también que estar informada del grado de cumplimiento de los distintos departamentos de las recomendaciones del Departamento de Auditoría Interna debiendo informar al Consejo de Administración de los casos en los que pueda existir un riesgo para Mediaset España o su Grupo; así como revisar el cumplimiento de las acciones y medidas que sean consecuencia de los informes o actuaciones de inspección de las autoridades administrativas de supervisión y control.

(iv) en relación con la política de control y gestión de riesgos: es el órgano encargado de supervisar y controlar dicha política. Una descripción de los sistemas de gestión de riesgos de Mediaset y su Grupo se describe en el apartado E.- del presente Informe

Las actividades realizadas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento durante el ejercicio 2018 se agrupan en cinco categorías: (i) Información económico-financiera, (ii) Auditoría Externa, (iii) Auditoría Interna – Plan Anual, (iv) Normas de Gobierno Corporativo, (v) Control de Riesgos y (vi) Otros.

Para más información sobre las funciones y actividades realizadas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento consultar el Reglamento en el siguiente enlace: http://www.telecinco.es/inversores/es.

Identifique a los consejeros miembros de la comisión de auditoría que hayan sido designados teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o en ambas e informe sobre la fecha de nombramiento del Presidente de esta comisión en el cargo.

Nombres de los consejeros con experiencia	DON JAVIER DIEZ DE POLANCO / DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO / DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL / DON FEDELE CONFALONIERI / DON MARCO GIORDANI

Fecha de nombramiento del presidente en el cargo	20/12/2017

Comisión de Nombramientos y Retribuciones		
Nombre	Cargo	Categoría
DON NICCOLÓ QUERCI	VOCAL	Dominical
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	VOCAL	Independiente
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	PRESIDENTE	Independiente
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical

% de consejeros ejecutivos	0,00
% de consejeros dominicales	50,00
% de consejeros independientes	50,00
% de consejeros otros externos	0,00

Explique las funciones, incluyendo, en su caso, las adicionales a las previstas legalmente, que tiene atribuidas esta comisión, y describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma. Para cada una de estas funciones, señale sus actuaciones más importantes durante el ejercicio y cómo ha ejercido en la práctica cada una de las funciones que tiene atribuidas, ya sea en la ley o en los estatutos u otros acuerdos sociales.

Las funciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones están recogidas, con carácter general, en los Estatutos de la Compañía y en el Reglamento de su Consejo de Administración .

Pero es el Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones el que recoge, con carácter no limitativo, cuáles son las funciones genéricas y especificas de la Comisión:

- Proteger la integridad del proceso de selección de Consejeros y altos ejecutivos, definiendo el perfil (conocimientos, experiencia y aptitudes) de los candidatos y, en particular, hacer propuestas al Consejo de Administración para el nombramiento y cese de Consejeros, así como proponer los miembros que deben pertenecer a cada una de las Comisiones. La Comisión tendrá en cuenta potenciales candidatos para cubrir vacantes de consejero, propuestos por cualquiera de los consejeros.

- Asesorar sobre la dedicación que los Consejeros deben emplear en el desempeño su cometido.

- Asesorar sobre el número de Consejos de los que puede formar parte los miembros del Consejo de Administración. Los miembros del Consejo de Administración deberán recabar informe de la Comisión previamente a su incorporación al Consejo de Administración de terceras compañías.

- Recabar información sobre las restantes obligaciones profesionales de los Consejeros.

- Asesorar al Consejo de Administración en la sucesión del Presidente y primeros ejecutivos de la Compañía, formulando las sugerencias que estime oportunas.

- Elevar al Consejo de Administración las propuestas de nombramiento de Consejeros independientes para su designación por cooptación o para su sometimiento a la decisión de la Junta General, así como las propuestas para la reelección o separación de dichos Consejeros por la Junta General de accionistas .

- Informar sobre las propuestas de nombramiento de los restantes Consejeros para su designación por cooptación o para su sometimiento a la decisión de la Junta General, así como las propuestas para su reelección o separación por la Junta General;

- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de la Sociedad y proponerle las condiciones básicas de sus contratos.

- Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Sociedad a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.

- Establecer un objetivo de representación para el sexo menos representado en el Consejo de Administración y elaborar orientaciones sobre cómo alcanzar dicho objetivo;

- Asesorar al Consejo de Administración sobre el cese y nombramiento del Secretario.

- Velar por el cumplimiento por los consejeros de las obligaciones y deberes establecidos en el Reglamento así como en los Estatutos Sociales.

- Revisar periódicamente la política de remuneraciones aplicada a los consejeros y altos directivos , incluidos los sistemas retributivos con acciones y su aplicación, así como garantizar que su remuneración individual sea proporcionada a las que se pague a los demás consejeros y altos directivos de la Sociedad.

- Velar por la transparencia de las retribuciones y la inclusión en la Memoria anual y en el informe anual de gobierno corporativo de información acerca de las remuneraciones de los Consejeros y, a tal efecto, someter al Consejo cuanta información resulte procedente.

- Asistir al Consejo de Administración en la evaluación del Presidente del Consejo y de los primeros ejecutivos de la compañía y, concretamente, en la fijación y supervisión de la política de remuneraciones para Consejeros y altos ejecutivos, proponiendo la modalidad, procedimientos e importe de las retribuciones anuales de los Consejeros (incluyendo en su caso propuestas de incentivos tales como planes de opciones sobre acciones), revisando periódicamente los programas de retribución y procurando que las remuneraciones se ajusten a criterios de moderación y adecuación con los resultados de la Sociedad.

- Formular y verificar un Informe sobre Política de Retribuciones de los Consejeros, que deberá ser aprobado por el Consejo de Administración y presentado ante la Junta General de accionistas.

- Asesorar al Consejo de Administración en la asignación del estatus que merezca cada Consejero al momento de proceder a su nombramiento o renovación, y revisarlo anualmente con ocasión de la elaboración del Informe Anual de Gobierno Corporativo.

Para más información sobre las funciones, procedimientos y reglas de organización consultar el siguiente enlace: http:// www.mediaset.es/inversores/es/

Comisión Ejecutiva		
Nombre	Cargo	Categoría
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	VOCAL	Independiente
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	PRESIDENTE	Otro Externo
DON BORJA PRADO EULATE	VOCAL	Dominical
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON MARCO GIORDANI	VOCAL	Dominical
DON PAOLO VASILE	VOCAL	Ejecutivo

% de consejeros ejecutivos	16,67
% de consejeros dominicales	50,00
% de consejeros independientes	16,67
% de consejeros otros externos	16,67

Explique las funciones que tiene atribuidas esta comisión, y describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma. Para cada una de estas funciones, señale sus actuaciones más importantes durante el ejercicio y cómo ha ejercido en la práctica cada una de las funciones que tiene atribuidas ya sea en la ley o en los estatutos u otros acuerdos sociales.

Dado que el espacio para dar respuesta a este apartado está limitado, les invitamos a profundizar sobre las competencias, composición y funcionamiento de las Comisiones del Consejo de Administración en el siguiente enlace: http:// www.mediaset.es/inversores/es/.

La Comisión Ejecutiva, cuya composición se describe en el presente apartado, ostenta todas las facultades inherentes al Consejo, salvo las indelegables legal y estatutariamente. La totalidad de los acuerdos adoptados en ella son trasladados al Consejo de Administración.

Durante el ejercicio 2018, la Comisión se ha reunido en dos ocasiones, con la asistencia de todos sus miembros y se han abordado cuestiones relativas al funcionamiento de la compañía, presentado en cada sesión un informe sobre la situación de la misma.

C.2.2 Complete el siguiente cuadro con la información relativa al número de consejeras que integran las comisiones del consejo de administración al cierre de los últimos cuatro ejercicios:

	Número de consejeras							
	Ejercicio 2019		Ejercicio 2018		Ejercicio 2017		Ejercicio 2016	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Comisión de Auditoría y Cumplimiento	2	40,00	2	40,00	0	0,00	0	0,00
Comisión de Nombramientos y Retribuciones	2	50,00	2	50,00	0	0,00	0	0,00
Comisión Ejecutiva	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00

C.2.3 Indique, en su caso, la existencia de regulación de las comisiones del consejo, el lugar en que están disponibles para su consulta, y las modificaciones que se hayan realizado durante el ejercicio. A su vez, se indicará si de forma voluntaria se ha elaborado algún informe anual sobre las actividades de cada comisión.

Las comisiones de Auditoría y Cumplimiento así como la de Retribuciones y Nombramientos se regulan por lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración así como por lo establecido en los respectivos reglamentos. Ambos reglamentos están disponibles en nuestra página web:http://www.telecinco.es/inversores/es/gobierno-corporativo.html.

Al igual que en años anteriores, se ha formulado un informe sobre las actividades realizadas en el ejercicio 2019 por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

D. OPERACIONES VINCULADAS Y OPERACIONES INTRAGRUPO

D.1. Explique, en su caso, el procedimiento y órganos competentes para la aprobación de operaciones con partes vinculadas e intragrupo.

La aprobación de las operaciones vinculadas con accionistas, consejeros o miembros de la alta dirección, se realiza a través del Consejo de Administración de la Sociedad.

Es la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, la que deberá emitir un Informe sobre las mismas que incluirá, al menos, el tipo de operación, cuantía, sujetos afectados e impacto sobre la compañía. En el Informe se incluirán las recomendaciones de actuación y se elevará al Consejo de Administración para su aprobación.

Asimismo, la División Económico-Financiera, comprobará mensualmente que todas las operaciones vinculadas estén correctamente clasificadas y valoradas de acuerdo con la normativa aplicable. En el cierre anual se identificarán, detallarán y cuantificarán todas las transacciones realizadas con las partes vinculadas ocurridas durante el ejercicio. Esta información quedará reflejada en la Memoria de las Cuentas Anuales.

Por último, señalar que las operaciones recogidas en el presente Informe pertenecen al giro o tráfico ordinario realizado por la Compañía, han sido realizadas en condiciones normales de mercado y la información de las mismas figura también en las Cuentas Anuales del ejercicio 2019.

D.2. Detalle aquellas operaciones significativas por su cuantía o relevantes por su materia realizadas entre la sociedad o entidades de su grupo, y los accionistas significativos de la sociedad:

Nombre o denominación social del accionista significativo	Nombre o denominación social de la sociedad o entidad de su grupo	Naturaleza de la relación	Tipo de la operación	Importe (miles de euros)
MEDIASET SPA	Mediaset Spa	Contractual	Otras	47
MEDIASET SPA	Mediaset Spa	Comercial	Recepción de servicios	50
MEDIASET SPA	Reti Televisive Italiane SPA	Comercial	Otras	1.251
MEDIASET SPA	Reti Televisive Italiane S.P.A.	Comercial	Prestación de servicios	2.235
MEDIASET SPA	Publieurope Internacional Ltd.	Comercial	Recepción de servicios	2.086
MEDIASET SPA	Publieurope Internacional Ltd.	Comercial	Prestación de servicios	337
MEDIASET SPA	Boing SPA	Contractual	Recepción de servicios	30
MEDIASET SPA	Banco Mediolanum, SA	Comercial	Prestación de servicios	561
MEDIASET SPA	Medusa Films SPA	Contractual	Prestación de servicios	12

Nombre o denominación social del accionista significativo	Nombre o denominación social de la sociedad o entidad de su grupo	Naturaleza de la relación	Tipo de la operación	Importe (miles de euros)
MEDIASET SPA	Reti Televisive Italiane SPA	Comercial	Recepción de servicios	5

D.3. Detalle las operaciones significativas por su cuantía o relevantes por su materia realizadas entre la sociedad o entidades de su grupo, y los administradores o directivos de la sociedad:

Nombre o denominación social de los administradores o directivos	Nombre o denominación social de la parte vinculada	Vínculo	Naturaleza de la operación	Importe (miles de euros)
Sin datos				N.A.

D.4. Informe de las operaciones significativas realizadas por la sociedad con otras entidades pertenecientes al mismo grupo, siempre y cuando no se eliminen en el proceso de elaboración de estados financieros consolidados y no formen parte del tráfico habitual de la sociedad en cuanto a su objeto y condiciones.

En todo caso, se informará de cualquier operación intragrupo realizada con entidades establecidas en países o territorios que tengan la consideración de paraíso fiscal:

Denominación social de la entidad de su grupo	Breve descripción de la operación	Importe (miles de euros)
Sin datos		N.A.

D.5. Detalle las operaciones significativas realizadas entre la sociedad o entidades de su grupo y con otras partes vinculadas, que no hayan sido informadas en los epígrafes anteriores:

Denominación social de la parte vinculada	Breve descripción de la operación	Importe (miles de euros)
Alea Media, SA	Prestación de servicios	60
Alea Media, SA	Compra de bienes	32
Producciones Mandarina, SL	Compra de bienes	3.530
La Fábrica de la Tele, SL	Compra de bienes	27.201
Bulldog Tv Spain, SL	Compra de bienes	24.564

Denominación social de la parte vinculada	Breve descripción de la operación	Importe (miles de euros)
Alma Productora Audiovisual, SL	Compra de bienes	3.919
Unicorn Content, SL	Compra de bienes	18.713
Pagoeta Media, SL	Prestación de servicios	2
Alea Media, S.A.	Otros	84
Alea Media, S.A.	Compra de bienes	10
Alea Media, SA	Compra inmovilizado	10.602
Producciones Mandarina, SL	Prestación de servicios	53
Producciones Mandarina, SL	Compra de bienes	169
Producciones Mandarina, SL	Compra inmovilizado	3.325
La Fábrica de la Tele, SL	Prestación de servicios	44
La Fábrica de la Tele, SL	Compra de bienes	936
Aunia Publidad Interactiva, SL	Prestación de servicios	30
Bulldog Tv Spain, S.L.	Prestación de servicios	1
Bulldog Tv Spain, S.L.	Compra de bienes	579
Melodía Producciones, S.L.	Otros	41
Melodía Producciones, S.L.	Recepción de servicios	38
Unicorn Content, S.L.	Prestación de servicios	8
Unicorn Content, S.L.	Compra de bienes	16
Alma Productora Audiovisual, S.L.	Prestación de servicios	8

D.6. Detalle los mecanismos establecidos para detectar, determinar y resolver los posibles conflictos de intereses entre la sociedad y/o su grupo, y sus consejeros, directivos o accionistas significativos.

En el Grupo Mediaset España se han establecido diversos mecanismos para detectar y resolver posibles conflictos de interés entre la sociedad y sus consejeros con el fin de evitar conductas que puedan causar un perjuicio a la sociedad o a sus accionistas.

En este sentido, el reglamento del Consejo de Administración, somete a la autorización de este órgano las operaciones vinculadas que el Grupo Mediaset España realice con sus consejeros. La consideración de cuándo existe un interés personal se extiende a las situaciones en las que el asunto afecte a alguna persona vinculada a él, entendiendo por persona vinculada las siguientes:

a) El cónyuge o las personas con análoga relación de afectividad.
b) Los ascendientes, descendientes y hermanos tanto del consejero como de su cónyuge.
c) Los cónyuges de los ascendientes, de los descendientes y de los hermanos del consejero.
d) Las sociedades en las que el Consejero, por sí o por persona interpuesta, se encuentre en alguna de las situaciones de control establecidas en la Ley.
En el caso en el que el Consejero sea persona jurídica, la definición de personas vinculadas se amplía a las siguientes:
a) Los socios que se encuentren, respecto de la persona jurídica, en alguna de las situaciones de control establecidas en la ley.
b) Los administradores, de derecho o de hecho, los liquidadores, y los apoderados con poderes generales del consejero persona jurídica.
c) Las sociedades que formen parte del mismo grupo y sus socios.
d) Las personas que respecto del representante del consejero persona jurídica tengan la consideración de personas vinculadas de conformidad con lo que se establece en el párrafo anterior.

Si un consejero se encuentra en una situación de conflicto de interés deberá informar a la sociedad con carácter inmediato y abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente conforme a lo explicado anteriormente. Será el Consejo de Administración, previo informe favorable de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, el encargado de autorizar la misma. De igual modo se prohíbe a los consejeros realizar, por sí mismos o través de personas vinculadas, operaciones profesionales o comerciales con la Sociedad.

Adicionalmente y relacionado con los mecanismos de control indicar que los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo cuando su permanencia en el mismo pueda poner en riesgo los intereses de la Sociedad o afectar negativamente al crédito y reputación de la misma. De igual modo, el Consejero deberá abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente.

Durante el ejercicio 2019 ningún consejero ha manifestado encontrarse en situaciones que pudieran suponer un conflicto de interés. En el caso de producirse, informaríamos de la misma en el Informe de Gobierno Corporativo.

En cuanto a los mecanismos para detectar posibles conflictos de interés entre el Grupo Mediaset España y sus accionistas indicar que, como ya hemos comentado en el apartado relacionado con las operaciones vinculadas, cualquier operación que realice la sociedad con sus accionistas significativos deberá ser autorizada por el Consejo de Administración, a excepción de las situaciones mencionadas en el punto D.1. anterior.

Para detectar y controlar posibles conflictos de interés entre la Sociedad y sus directivos la compañía regula estos aspectos a través del Código Ético y del Reglamento Interno de Conducta. Alguna de las situaciones que podrían dar lugar a este tipo de conflictos son:

- Realizar un contrato en nombre de Mediaset España con una empresa proveedora participada o gestionada por un amigo o familiar.
- Trabajar como consultor de un proveedor o cliente de la compañía.
- Llevar a cabo negocios por cuenta propia cuya naturaleza sea similar al trabajo desempeñado en Mediaset España.
- Tener interés personal o económico en un negocio con la sociedad.
- Obtener una ventaja personal o ganancia económica—al margen de la normal remuneración—en un acuerdo o relación comercial con un tercero que implique a Mediaset España.

El Grupo Mediaset España vigila este tipo de situaciones a través de la Dirección de Cumplimiento Normativo, compuesta por el Director General Corporativo, el Director General de Gestión y Operaciones y el Director de Auditoría Interna. En 2013, se actualizó la aceptación por parte del colectivo de directivos pertenecientes a la lista de personas afectas al cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta. Asimismo, a lo largo del ejercicio 2017, la Dirección de Auditoría Interna mantuvo entrevistas específicas con los directivos de la compañía para identificar posibles riesgos de conflicto.

En el ejercicio 2019 no se han detectado situaciones de conflicto de interés, que no hubiesen sido notificadas previamente, en el colectivo de directivos.

D.7. ¿Cotiza más de una sociedad del Grupo en España?

[ ] Sí
[√] No

E. SISTEMAS DE CONTROL Y GESTION DE RIESGOS

E.1. Explique el alcance del Sistema de Control y Gestión de Riesgos de la sociedad, incluidos los de naturaleza fiscal:

El Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Mediaset y el Sistema de Control Interno del Grupo Mediaset se compone de tres líneas de actuación principales: la existencia de órganos de responsabilidad y supervisión, el uso de políticas y procedimientos para asegurar la identificación, diagnóstico y prevención de cada uno de los riesgos que pueden afectar a la compañía y la concienciación de agentes internos (consejeros, directivos y empleados). Entre los principales objetivos del sistema se encuentran el ayudar a que el Grupo consiga sus objetivos y logre sus metas minimizando los riesgos asociados a los mismos (bien sean operacionales, financieros, fiscales, de cumplimiento, etc.). La jerarquía de los principales órganos de control mencionados es:

1. El Consejo de Administración.
2. La Comisión Ejecutiva.
3. La Comisión de Auditoría y Cumplimiento.
4. Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos.
5. El Comité de Riesgos.
6. El Comité de Blanqueo de Capitales (línea de negocio de Concursos).
7. La Dirección de Auditoría Interna.

La Política de Gestión Integral de Riesgos del Grupo Mediaset, es el principal instrumento para:

a) Identificar los riesgos que pongan en peligro la consecución de los objetivos estratégicos.
b) Proteger el balance, cuenta de resultados y generación de cashflow.
c) Asegurar los intereses de los stakeholders del Grupo (accionistas, clientes, proveedores, etc.).
d) Velar por la eficacia y eficiencia de las operaciones.
e) Cumplir con la legislación, la normativa y los contratos que en su caso sean aplicables.

Dicha política, consiste en la elaboración de un Mapa de Riesgos, basado en el marco Enterprise Risk Management (ERM) del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO II), y cuyo alcance es el siguiente:

- La identificación de los riesgos más relevantes a nivel estratégico, de gobierno corporativo, de negocio, de crédito, de mercado, financiero, fiscal, regulatorio y normativo, reputacional y, en su caso medioambiental.
- Análisis de cada uno de los riesgos identificados y valoración de los mismos en función de su probabilidad y posible impacto en los estados financieros del Grupo y en la consecución de los objetivos estratégicos.
- Asignación de responsables específicos de cada uno de los riesgos identificados.
- Implantación de procedimientos, procesos, políticas de actuación y desarrollo de herramientas informáticas que permitan mitigar los riesgos y a su vez estimulen oportunidades de mejora.
- Realización de un seguimiento de control de los riesgos de una forma periódica para un nivel aceptado de riesgo.
- Continuo seguimiento a través de los sistemas de control de la información financiera de la correcta evaluación y control de los riesgos potenciales y efectivos identificados.
- Comunicación a los diferentes órganos de administración, dirección o de responsabilidad de sus competencias con total transparencia.
- Control del Sistema de Gestión de Riesgos a través de la Dirección de Auditoría Interna.

Asimismo, dentro del mapa de riesgos de Mediaset España, se contemplan entre otros:

1. El mapa de riesgos fiscales: En el mismo se analizan aquellos riesgos que por su naturaleza corporativa, transaccional, operacional, de cumplimiento, financiera, contable, organizacional y/o reputacional, puedan tener implicaciones relevantes fiscales para el Grupo.
2. El mapa de riesgos penales: En función de los delitos tipificados en la ley, se elabora un mapa de riesgos posibles de acuerdo con la naturaleza de la actividad de negocio del Grupo.
3. Mapa de riesgos no financieros

E.2. Identifique los órganos de la sociedad responsables de la elaboración y ejecución del Sistema de Control y Gestión de Riesgos, incluido el fiscal:

El Consejo de Administración es el responsable de la aprobación y seguimiento, previo informe de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, de la política de control y gestión de los riesgos, incluidos los fiscales, así como la supervisión de los sistemas internos de información y control.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento es el órgano encargado de supervisar y controlar la política de riesgos de Mediaset España, para que los posibles riesgos se identifiquen, gestionen y den a conocer adecuadamente, siendo responsable de que dicha política:

a) Determine los tipos de riesgo de Mediaset España tanto estratégicos, como operativos de cumplimiento y reporting, tecnológicos, financieros, fiscales, legales, como cualquier otro, incluyendo los pasivos contingentes y otros riesgos económicos y financieros.
b) Fije de un nivel de riesgo aceptable para Mediaset España.
c) En caso de materializarse, existan mecanismos para determinar con precisión las medidas para mitigar el impacto de los riesgos identificados.

d) Establezca los medios de comunicación y control internos para controlar y gestionar cualquier riesgo.

En materia de operaciones vinculadas y mientras no sea atribuida a otra Comisión, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento estará encargada de proponer la política sobre este tipo de operaciones e informar al Consejo de Administración de esta. La política de operaciones vinculadas deberá hacerse pública mediante el Informe Anual de Gobierno Corporativo.

El Comité de Riesgos, formado por los principales directivos del Grupo, se encarga de la elaboración y validación del Mapa de Riesgos y de su presentación a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Asimismo, este órgano desempeña las funciones ejecutivas de gestión de los riesgos en la operativa diaria de la compañía, que a su vez ejerce la función de órgano comunicador hacia el resto de la organización en colaboración con la Dirección de Auditoría Interna. Es a través de la Dirección de Auditoría interna donde se analizan, supervisan y evalúan, dichos riesgos, así como se coordinan los planes de acción necesarios para mitigarlos. Asimismo, Auditoría Interna es la responsable de coordinar con cada una de las Direcciones dueñas de cada riesgo la implementación del sistema de seguimiento de estos.

La Dirección Económico-Financiera elabora el mapa de riesgos fiscales, que es revisado con el asesor fiscal externo y supervisado por la Dirección de Auditoría Interna.

E.3. Señale los principales riesgos, incluidos los fiscales y en la medida que sean significativos los derivados de la corrupción (entendidos estos últimos con el alcance del Real Decreto Ley 18/2017), que pueden afectar a la consecución de los objetivos de negocio:

Los principales riesgos del Grupo Mediaset que podrían afectar a la consecución de los objetivos fijados por el Consejo de Administración son los siguientes:

1. Marco Regulatorio: el ejercicio 2019 ha sido un año más estable en cuanto a cambios regulatorios en el sector audiovisual. Es de reseñar el expediente sancionador incoado por parte de la Comisión Nacional de Mercado de Valores por importe de 38,9M€, así como la imposición de una serie de restricciones a la comercialización de publicidad que se explica en el apartado E.5 siguiente. No obstante, se considera que este riesgo no es probable que se materialice.

2. Entorno político y macroeconómico: El negocio de la televisión está directamente relacionado con el crecimiento económico y, por tanto, éste es un factor externo que tiene incidencia directa en el negocio.

3. Competidores en el mercado audiovisual: Continuamos con una altísima competencia en el sector audiovisual por las diversas fuentes de oferta de contenidos existentes. Esto hace que la televisión tenga un riesgo de pérdida de cobertura. Además, las nuevas plataformas de contenidos no se encuentran sometidas a las mismas obligaciones y límites respecto de los canales de televisión. Estas nuevas plataformas provocan un cambio de hábito de consumo del contenido que impacta en el consumo televisivo.

4. Reputacional: Mediaset España es dueña de muchas marcas, tanto corporativas como de producto asociadas a sus programas. Es por ello por lo que su exposición a un daño a su imagen sea un riesgo sobre el que se mantiene un continuo control. La Dirección de Comunicación es la encargada de velar por dicho control mediante la monitorización continua de cualquier noticia o actividad que pudiera causar una crisis que impactase en nuestra imagen. Asimismo, se coordina con todas las direcciones incluyendo la Dirección Multiplataforma para monitorizar cualquier novedad en las redes sociales. En el mismo momento en que aparece una situación de posible conflicto, la Dirección de Comunicación coordina, informa y asesora al Consejero Delegado para tomar las medidas necesarias a tal efecto.

5. Financieros: Al igual que en el ejercicio anterior, la posible apreciación del dólar respecto del euro es un riesgo financiero por la compra de derechos audiovisuales en el extranjero.

6. Fiscales: Mediaset España mantiene una política conservadora en materia fiscal, tiene un sistema continuo de monitorización de los impactos fiscales en sus operaciones y reúne con periodicidad semanal a su asesor externo con la Dirección Económico-Financiera y las distintas unidades de para tratar consultas fiscales de diversa naturaleza.

7. 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.

8. Ciberataques y piratería: Mediaset España tiene definido un Mapa de Riesgos de Ciberseguridad del Grupo 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. El Grupo cuenta con un servicio de mitigación de ataques mediante Denegación de Servicio (DOS).
Para el caso de piratería, Mediaset España tiene establecidos contratos sólidos con proveedores de primera línea para el alojamiento del archivo digital. A su vez, tiene definidos procedimientos de control del flujo de contenidos hacia las distintas plataformas y se llevan a cabo auditorías técnicas para la revisión de su correcta aplicación. Adicionalmente, cuenta con un servicio externo de monitorización de contenidos en youtube,

mediante el cual se rastrea y elimina de este canal todos aquellos contenidos propiedad de Mediaset. 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.

9. Litigios y contenciosos: Mediaset España, está sujeta por su actividad a posibles riesgos de demandas por parte de agentes externos o contenciosos con la propia Administración. 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.

10. La actividad empresarial de Mediaset España puede verse afectada, como cualquier otra, de riesgos derivados asociados a la corrupción. Sin embargo, dada la actividad que realiza la materialidad con la que se puede materializar dicho riesgo es baja. Mediaset tiene unos fuertes controles que mitigan dicho riesgo a través de procedimientos y revisiones que efectúa la Unidad de Cumplimiento y Prevención. En 2019 Mediaset ha obtenido la certificación de su modelo de compliance bajo la UNE 19601 por parte de AENOR.

E.4. Identifique si la entidad cuenta con niveles de tolerancia al riesgo, incluido el fiscal:

El Sistema de Gestión de Riesgos, identifica unos niveles de riesgo para cada uno de los riesgos identificados que forman parte del Mapa de Riesgos de la compañía. En el mismo se incluyen los fiscales. Además, los riesgos se califican como "Dentro del riesgo aceptado" ó "Exceden del riesgo aceptado" en función de la probabilidad y el impacto en los objetivos estratégicos que el Grupo persigue. Para ello, el Grupo Mediaset tiene en cuenta las expectativas que los inversores, reguladores, clientes, proveedores y empleados puedan tener de una compañía como la nuestra. Asimismo, tanto la alta dirección como los directivos de las áreas clave del negocio (venta de publicidad, contenidos, programación, tecnología y sistemas y finanzas), participan en la identificación de los riesgos que les afectan. La Dirección de Auditoría Interna canaliza toda la información y evaluación de los riesgos y comparte y hace seguimiento periódicamente de los KRI´s con cada unidad de riesgo.

El Grupo Mediaset combina medidas cualitativas y cuantitativas para garantizar una gestión de riesgos integral y equilibrada. El nivel de tolerancia al riesgo es revisado periódicamente, aunque Mediaset España siempre se ha caracterizado por ser una compañía conservadora, volcada al control de sus costes, a la optimización de rentabilidad y al cumplimiento de sus obligaciones con los órganos reguladores. Esta revisión la realiza el Comité de Riesgos de Mediaset España.

E.5. Indique qué riesgos, incluidos los fiscales, se han materializado durante el ejercicio:

Regulatorio:

Expediente sancionador incoado por la CNMC a Mediaset-Atresmedia por posible infracción de los artículos 1 de la Ley de Defensa de la Competencia y 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea.

Con fecha 21 de febrero de 2018, se notificó a Mediaset España por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) la incoación de un expediente sancionador (S/DC/617/17) por supuesta infracción del artículo 1 de la Ley Defensa de la Competencia (LDC) y del artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE), al considerar que determinadas condiciones de contratación de la publicidad televisiva establecidas por Mediaset España y Atresmedia pudieran restringir injustificadamente el funcionamiento del mercado. Con fecha 4 de enero de 2019, la CNMC notificó a Mediaset España el Pliego de Concreción de Hechos del mencionado expediente, en el que se partía de una serie de premisas y se realizaban ciertas imputaciones que carecían de toda base fáctica y jurídica; como así fue puesto de manifiesto en el escrito de Alegaciones que la Sociedad presentó con fecha 6 de febrero de 2019.

Con fecha 7 de febrero de 2019, la Dirección de Competencia (DC) de la CNMC, de conformidad con lo establecido en el artículo 39 del Reglamento de Defensa de la Competencia, acordó el inicio de las actuaciones tendentes a la terminación convencional del expediente sancionador de referencia.

Con fecha 29 de abril de 2019, la DC acordó rechazar las propuestas de compromisos presentadas por Mediaset España (y Atresmedia), poniendo fin al procedimiento de terminación convencional. Dicho acuerdo fue objeto de recurso de reposición, que fue desestimado mediante Resolución de fecha 23 de mayo de 2019. Con fecha 29 de mayo de 2019, Mediaset España interpuso recurso contencioso-administrativo frente a dicha Resolución, que se encuentra a día de hoy en tramitación.

Sin esperar a la resolución de dicho proceso, la CNMC continuó adelante con el expediente sancionador, que concluyó mediante Resolución de 12 de noviembre de 2019, en la que se declaró a Mediaset España, así como a Atresmedia, responsables de una supuesta infracción del artículo 1 de la LDC y del artículo 101 del TFUE por la aplicación de condiciones de contratación de publicidad televisiva que, supuestamente, podrían restringir injustificadamente el funcionamiento del mercado, imponiendo en consecuencia sanciones a ambas empresas que, en el caso de Mediaset España, ascendió a 38.979 miles de euros, así como la cesación en las conductas supuestamente infractoras.

Sin embargo, la citada Resolución sancionadora carece de fundamento y prueba alguna, toda vez que, fundamentalmente, Mediaset España nunca ha coordinado su política comercial publicitaria con Atresmedia, ni ninguna de ambas empresas ostenta una posición de dominio en el mercado de la publicidad televisiva de la que pudieran abusar.

Se considera que el mercado relevante que debe tenerse en cuenta a estos últimos efectos no puede seguir siendo el mercado de la publicidad televisiva, sino el mercado de la publicidad audiovisual, mucho más amplio sin duda, compuesto, no sólo por los operadores de televisión, sino por todos los operadores audiovisuales, incluidos, por tanto, aquéllos que operan en el ámbito digital (internet, OTT's, etc.).

Además, la citada Resolución adolece de otros defectos, entre ellos: una deficiente consideración de la estructura de mercado, una base jurídica errónea, una ausencia total de prueba de los efectos supuestamente generados y un error en la calificación de las conductas, así como numerosos vicios de base en la investigación llevada a cabo por el órgano instructor de la autoridad de competencia.

Con fecha 13 de enero de 2020, dentro del plazo establecido legalmente al efecto, Mediaset España interpuso recurso contencioso administrativo contra la citada Resolución y solicitó la inmediata suspensión de sus efectos, tanto en lo relativo a la orden de cese de las conductas sancionadas como al pago de la sanción impuesta; todo lo cual se encuentra en tramitación en la actualidad, sin que se hayan adoptado aún resoluciones ni sobre las medidas cautelares ni sobre el fondo del asunto.

Los graves defectos destacados, junto con la sólida fundamentación fáctica, jurídica y económica aportada, que se encuentra apoyada en informes de expertos independientes, deberían propiciar la adopción de la medida cautelar solicitada y, en todo caso, permiten confiar en que la Resolución recurrida sea anulada en vía jurisdiccional, por lo que el Estado de Situación Financiera Consolidado no incluye provisión alguna en relación con esta contingencia, al estimar los Administradores y sus asesores que no es probable el riesgo de que se materialice finalmente este pasivo.

a) Riesgos inherentes del negocio audiovisual debido a la fragmentación del mercado con la numerosa existencia de canales en abierto, o bien debido al débil comportamiento de la inversión publicitaria en 2019 respecto de 2018, han sido muy bien controlados por la alta capacidad de reacción de la compañía en relación con la contención de costes.

b) Riesgo reputacional: A finales del ejercicio 2019 uno de los programas de prime time del canal Telecinco se vio afectado por una campaña dirigida a su desprestigio. Mediaset activó todos sus protocolos de respuesta desde el mismo momento en que se tuvo conocimiento de este tipo de actuación.

c) Los incidentes acaecidos en 2019 por brechas de seguridad digital no han sido reseñables.

d) Los litigios y contenciosos que han tenido lugar en 2019 no han sido materiales.

e) No se ha materializado ningún riesgo fiscal durante el ejercicio 2019.

E.6. Explique los planes de respuesta y supervisión para los principales riesgos de la entidad, incluidos los fiscales, así como los procedimientos seguidos por la compañía para asegurar que el consejo de administración da respuesta a los nuevos desafíos que se presentan:

El Consejo de Administración de Mediaset cuenta con el apoyo de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento para dar respuesta a los desafíos a los que se enfrenta la compañía. El Consejero Delegado y el Comité de Riesgos son los que evalúan las amenazas estratégicas y de negocio. El procedimiento bajo el cual esto se regula es la Política de Gestión de Riesgos del Grupo Mediaset. Al menos 4 veces al año, previo a la celebración de cada Comisión de Auditoría el Comité de Riesgos se reúne para evaluar y monitorizar el mapa de riesgos y los indicadores clave de riesgo. Las conclusiones se transmiten a la Comisión y, en su defecto al Consejo de Administración.

El Grupo Mediaset monitoriza frecuentemente las posibles amenazas que puedan activar o elevar el nivel de criticidad de los riesgos antes descritos. Existe un canal de comunicación por parte de los "risk owners" con el departamento de Auditoría Interna y el Comité de Riesgos por el cual en el momento en que se identifica algún indicador que eleve el nivel de riesgo de alguna actividad se activan controles de respuesta preventivos y/o reactivos.

F. SISTEMAS INTERNOS DE CONTROL Y GESTIÓN DE RIESGOS EN RELACIÓN CON EL PROCESO DE EMISIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA (SCIIF)

Describa los mecanismos que componen los sistemas de control y gestión de riesgos en relación con el proceso de emisión de información financiera (SCIIF) de su entidad.

F.1. Entorno de control de la entidad.

Informe, señalando sus principales características de, al menos:

F.1.1 Qué órganos y/o funciones son los responsables de: (i) la existencia y mantenimiento de un adecuado y efectivo SCIIF; (ii) su implantación; y (iii) su supervisión.

La aprobación y seguimiento, previo informe de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, de la política de control y gestión de riesgos, incluidos los fiscales, así como la supervisión de los sistemas internos de información y control, están bajo la responsabilidad del Consejo de Administración de Mediaset España, tal y como se establece en el artículo 6 apartado 4 subapartado xxiii de su reglamento.

La División Económico-Financiera se encarga de implementar el SCIIF a través de las Direcciones de Administración, de Control de Gestión y de Consolidación y Reporting. Cada una de estas áreas se nutre de la información suministrada por las direcciones de negocio, de recursos humanos, de asesoría jurídica y cualquier otra que pudiera proveer información que tuviese efecto material en la información financiera.

Además, el reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento incluye dentro de sus competencias, las siguientes:

"Artículo 5 – 3: En relación con el Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF):
Para garantizar la fiabilidad de la información financiera, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento será responsable de:

1. Supervisar el proceso de elaboración e integridad de la información financiera revisando el correcto diseño del SCIIF de Mediaset y el cumplimiento de los requisitos normativos.

2. Aprobar el plan de auditoría interna para la evaluación del SCIIF y recibir información periódica del resultado de su trabajo, así como el plan de acción para corregir las deficiencias observadas.

3. Revisar, analizar y comentar los estados financieros y otra información financiera relevante con la alta dirección, auditores internos y externos, para confirmar que la información es fiable, comprensible, relevante y que se han seguido criterios contables consistentes con el cierre anual anterior.

4. Supervisar, tanto el proceso desarrollado por la alta dirección para realizar juicios, valoraciones y estimaciones significativas, valorando su impacto en los estados financieros; como las decisiones sobre los ajustes propuestos por el auditor externo, así como conocer y, en su caso, mediar en los desacuerdos entre ellos.

5. Garantizar que el proceso de evaluación del SCIIF de Mediaset haya sido diseñado de manera que permita alcanzar los objetivos del proceso y dar validez a las conclusiones de los informes que le son remitidos por los involucrados en las tareas de evaluación.

6. Supervisar la evaluación continua, realizada por Mediaset, de la organización de las actividades de control, para obtener una seguridad razonable acerca de la implantación y funcionamiento del SCIIF.

7. Garantizar que la información que se divulgue al mercado relativo a las normas del SCIIF sea clara y comprensible y contenga los desgloses suficientes, precisos y necesarios."

Finalmente, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, delega la responsabilidad de supervisión del SCIIF en la Dirección de Auditoría Interna.

F.1.2 Si existen, especialmente en lo relativo al proceso de elaboración de la información financiera, los siguientes elementos:

- Departamentos y/o mecanismos encargados: (i) del diseño y revisión de la estructura organizativa; (ii) de definir claramente las líneas de responsabilidad y autoridad, con una adecuada distribución de tareas y funciones; y (iii) de que existan procedimientos suficientes para su correcta difusión en la entidad:

El Consejo de Administración de Mediaset España define la estructura organizativa de primer nivel. A partir de éste, el Consejero Delegado junto con la Dirección de Recursos Humanos, realizan el despliegue organizativo en todos los ámbitos.

Cada Dirección General elabora una estructura organizativa, que incluye una descripción de puestos y responsabilidades, que es supervisada y validada por la Dirección de Recursos Humanos.

La principal responsabilidad en relación con la elaboración de la información financiera recae en la Dirección General de Gestión y Operaciones, a través de la División Económico-Financiera. Esta última se encuentra organizada de la siguiente forma:

- Dirección de Administración (de Mediaset y de Publiespaña).
- Dirección de Control de Gestión.
- Dirección de Consolidación y Reporting.
- Dirección de Tesorería.

En este sentido, existe un Manual de funciones y responsabilidades del personal de la Dirección Económico-Financiera.

Mediaset dispone de una política de comunicación interna según la cual la Dirección General de Gestión y Operaciones, a través de la División de Recursos Humanos y Servicios, es la encargada de difundir a través de comunicados en la intranet cualquier cambio organizativo en el Grupo y/ o contratación de nuevos directivos. Esta difusión alcanza a todos los empleados del Grupo Mediaset, que adicionalmente son informados de la publicación de una comunicación nueva también vía mail.

- Código de conducta, órgano de aprobación, grado de difusión e instrucción, principios y valores incluidos (indicando si hay menciones específicas al registro de operaciones y elaboración de información financiera), órgano encargado de analizar incumplimientos y de proponer acciones correctoras y sanciones:

Los procesos de cumplimiento de las regulaciones y normativas que afectan a la Sociedad están recogidos en el "Código Ético de Mediaset España" y en el "Reglamento Interno de Conducta de Mediaset España Comunicación, S.A., y su grupo de sociedades en su actuación en los Mercados de Valores" y son aplicables a todos los departamentos que puedan tener acceso a información privilegiada.

Mediaset España asume como principio fundamental de la relación con sus accionistas, inversores, analistas y el mercado financiero en general, la transmisión homogénea y simétrica de la información referente a su actividad y resultados económicos, que ha de ser íntegra, veraz, transparente y responsable, expresando permanentemente la imagen fiel de la sociedad.

Toda la información de Mediaset España debe ser registrada y presentada de manera precisa, diligente y respetuosa con la normativa vigente, de modo que se asegure una correcta contabilidad de todos los activos, actividades y responsabilidades de la Compañía.

Mediaset España tiene un Sistema de Control Interno sobre Información Financiera (SCIIF) adaptado a los requerimientos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

La Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos es la unidad encargada de analizar incumplimientos y de proponer acciones correctoras y sanciones en todo lo relacionado con el Código Ético del Grupo.

Todos los profesionales empleados en el Grupo y los que a futuro se van incorporando, han aceptado y aceptarán expresamente el contenido del Código Ético. Existe un procedimiento liderado por la Dirección de Recursos Humanos mediante el cual, a los nuevos empleados, se les informa de la existencia del Código Ético y de su obligado cumplimiento.

El Código Ético se encuentra publicado en la intranet corporativa de Mediaset España y en la web principal corporativa para que sea accesible a cualquier empleado o tercero.

El pasado 24 de julio de 2019 el Consejo de Administración de Mediaset España aprobó la nueva Política de Cumplimiento Normativo. Dicha política forma parte del Modelo de Prevención de Delitos del Grupo. La misma tiene como objetivos fundamentales exigir el cumplimiento de la legislación penal en Grupo Mediaset España, prohibir la comisión de hechos delictivos o comportamientos contrarios a los principios, valores y normas recogidas en el Código Ético del Grupo y establecer los procedimientos de organización y gestión definidos que constituyen las medidas de vigilancia y control dirigidas a prevenir y evitar cualquier actuación delictiva.

- Canal de denuncias, que permita la comunicación a la comisión de auditoría de irregularidades de naturaleza financiera y contable, en adición a eventuales incumplimientos del código de conducta y actividades irregulares en la organización, informando, en su caso, si éste es de naturaleza confidencial:

El Grupo Mediaset dispone de un procedimiento a seguir por parte de cualquier empleado, directivo, administrador o grupo de interés de Mediaset España que tenga fundadas sospechas de la existencia de prácticas contrarias a los principios y valores del Código Ético o a la ética y la buena fe en los negocios. Entre ellas, se encuentran las malas prácticas financieras y/o contables o que se alineen con las NIIF y el NPGC, el uso inapropiado o inadecuado de información contable y financiera, la alteración o uso inadecuado de los sistemas de gestión, contable y/o financiero,

el falseamiento de información contable y financiera u ocultación de esta, el fraude, soborno y/o cohecho, el incumplimiento legal y regulatorio y los conflictos de interés.

La comunicación se realiza a través de la Secretaría de la Unidad de Cumplimiento y Prevención, garantizándose la correcta y completa protección de la privacidad y confidencialidad de la información comunicada y las personas implicadas. Ésta hace de filtro en función de la veracidad y credibilidad de cada procedimiento, evaluando la idoneidad de su comunicación a la propia Unidad de Cumplimiento y Prevención y en su caso a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, órgano que efectuará la valoración final.

En 2019 se actualizó el canal de denuncias y pasó a denominarse Buzón Ético, admitiéndose además de la tramitación de posibles denuncias, sugerencias y mejoras que los empleados y terceros pudieran promover. En 2019 se activó el pop-up que recuerda cada 6 meses a todos los empleados y colaboradores que trabajan en las instalaciones de Mediaset que tienen a su disposición el buzón ético. Este pop-up se mostró a un total de 2.332 usuarios (internos y externos) que trabajan en el entorno de Mediaset España.

Durante 2019 no se recibió ninguna denuncia a través del Canal de Denuncias.

- Programas de formación y actualización periódica para el personal involucrado en la preparación y revisión de la información financiera, así como en la evaluación del SCIIF, que cubran al menos, normas contables, auditoría, control interno y gestión de riesgos:

Anualmente, el personal involucrado en la elaboración y supervisión de la información financiera, así como en la evaluación del SCIIF, recibe formación sobre normas contables, control y gestión de riesgos, auditoría y actualización fiscal. Tal y como se ha comentado anteriormente, las Direcciones afectas a dicho plan de formación son la División Económico-Financiera y la Dirección de Auditoría Interna.

Durante el ejercicio 2019, este colectivo de personal formado por 23 personas ha recibido un total de 180 horas de formación correspondientes a actividades de actualización sobre control interno, contabilidad y fiscalidad.

F.2. **Evaluación de riesgos de la información financiera.**

Informe, al menos, de:

F.2.1 Cuáles son las principales características del proceso de identificación de riesgos, incluyendo los de error o fraude, en cuanto a:.

- Si el proceso existe y está documentado:

El Grupo Mediaset tiene desarrollado un sistema de control e identificación de riesgos de error en la información financiera. Dicho sistema se encuentra documentado y se guarda copia de seguridad en los sistemas de la Dirección de Auditoría Interna.

Dicho sistema, parte del Sistema de Gestión Integral de Riesgos (SGIR) del Grupo Mediaset. El Sistema de Gestión de Riesgos (en adelante SGIR), se basa en el marco Enterprise Risk Management (ERM) del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO II), Como metodología, primeramente, se identifican los objetivos y riesgos estratégicos de la compañía. En segundo lugar, una vez definidos éstos, se identifican los riesgos operacionales, de cumplimiento y de reporting. Cada riesgo se evalúa en función de la probabilidad de ocurrencia y el posible impacto que pueda tener para la consecución de los objetivos estratégicos.

Este sistema parte inicialmente de una identificación de las empresas que forman el perímetro de consolidación del Grupo Mediaset y las líneas de negocio en las que actúa el Grupo. En segundo lugar, se identifican y documentan los procesos tanto recurrentes como no recurrentes que pueden tener incidencia o repercusión en los estados financieros de cada una de las compañías, ya sea vía balance, cuenta de resultados, estado de cashflow o desgloses. Seguidamente, se revisan los riesgos asociados a dichos procesos y los controles establecidos para mitigarlos.

En cada uno de estos procesos se establecen controles específicos, sobre los que se realizan pruebas de trazabilidad. De los resultados de cada prueba se obtienen posibles resultados de error en la información financiera relacionados con la valoración de la operación, el corte de la misma, su registro, o su integridad. Estos resultados se priorizan en función de su materialidad.

Los controles establecidos para cada riesgo incluyen prevención y detección de errores y de fraude. La compañía tiene unas políticas y procedimientos, así como un protocolo en sus sistemas de información que tratan de minimizar este tipo de riesgos. Entre ellas cabe destacar:

1. Procedimiento del Comité de adquisiciones y ventas,
2. Procedimiento de adquisiciones de bienes y servicios,
3. Procedimiento de firma de contratos,
4. Procedimiento de gestión de apoderamientos,
5. Política de seguridad corporativa y sus procedimientos asociados, y
6. Procedimiento de gestión de clientes.

7. Protocolo de homologación de proveedores.

- Si el proceso cubre la totalidad de objetivos de la información financiera, (existencia y ocurrencia; integridad; valoración; presentación, desglose y comparabilidad; y derechos y obligaciones), si se actualiza y con qué frecuencia:

Tal y como se menciona en el apartado anterior, el sistema implementado cubre los procesos que puedan derivar en un riesgo de existencia, ocurrencia, integridad y valoración, presentación y desglose, corte y registro en las operaciones con impacto material en la información financiera. La periodicidad con la que se actualizan dichos procesos es como mínimo de forma semestral.

- La existencia de un proceso de identificación del perímetro de consolidación, teniendo en cuenta, entre otros aspectos, la posible existencia de estructuras societarias complejas, entidades instrumentales o de propósito especial:

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento, de acuerdo con lo establecido en su artículo 5.2.c, es la encargada de supervisar la adecuada delimitación del perímetro de consolidación del Grupo Mediaset. Para ello, cualquier cambio, modificación, alta o desinversión en el organigrama societario del Grupo Mediaset España es controlado a través de la Secretaría General del Consejo y de la Dirección General Corporativa. Ésta, previa autorización por parte del Consejo de Administración informa de cualquier transmisión o adquisición de participaciones accionariales, proporcionando la documentación justificativa a tal efecto a las Direcciones que puedan verse afectadas. La Dirección General de Gestión y Operaciones, a través de la División Económico-Financiera es la encargada de identificar y asesorar sobre el impacto de dichas alteraciones en el perímetro de consolidación del Grupo. En cada cierre contable, se obtiene la estructura societaria existente en el Grupo, la cual es validada entre la Dirección de Asesoría Jurídica y la División Económico-Financiera.

Asimismo, y en el caso de que las participaciones directas de la Sociedad sean también grupos de sociedades, existe un proceso interno por el cual todos los movimientos (compras, ventas, liquidaciones, fusiones, traspasos, etc.) en las mismas son informados a la División Económico-Financiera en el mismo momento en que acontecen, de la siguiente forma:

a. En el caso de participaciones donde la Sociedad tiene el control operativo, mediante los procesos de reporting mensual establecidos a tal efecto, así como a través de la comunicación del representante de la Sociedad en los órganos de administración de dichas sociedades.

b. En el caso de sociedades en las que la Sociedad no tiene el control, los representantes de la Sociedad en los órganos de administración de estas cumplen con el proceso de informar a la Dirección Financiera.

- Si el proceso tiene en cuenta los efectos de otras tipologías de riesgos (operativos, tecnológicos, financieros, legales, fiscales, reputacionales, medioambientales, etc.) en la medida que afecten a los estados financieros:

El proceso de identificación de riesgos de error en la información financiera tiene en cuenta los efectos de las tipologías de riesgo operativo, tecnológico, financiero, legal, reputacional y de medio ambiente, en la medida en que éstos son evaluados y gestionados por las distintas Direcciones Corporativas. La Dirección de Auditoría Interna comunica los riesgos identificados y el plan de actuación recomendado a las distintas Direcciones Corporativas.

- Qué órgano de gobierno de la entidad supervisa el proceso:

El órgano encargado de supervisar el proceso es la Dirección General de Gestión y Operaciones a través de la División Económico-Financiera y la Dirección General Corporativa conjuntamente.

F.3. **Actividades de control.**

Informe, señalando sus principales características, si dispone al menos de:

F.3.1 Procedimientos de revisión y autorización de la información financiera y la descripción del SCIIF, a publicar en los mercados de valores, indicando sus responsables, así como de documentación descriptiva de los flujos de actividades y controles (incluyendo los relativos a riesgo de fraude) de los distintos tipos de transacciones que puedan afectar de modo material a los estados financieros, incluyendo el procedimiento de cierre contable y la revisión específica de los juicios, estimaciones, valoraciones y proyecciones relevantes

En cada cierre contable, la División Económico-Financiera revisa las operaciones con incidencia en la información financiera a través de sus direcciones de administración, control y gestión y consolidación y reporting. El proceso de cierre consiste en una revisión inicial por parte de la dirección de control y gestión y de administración de todas las sociedades individuales. En el mismo se incluye una lista de tareas de revisión sobre todos los epígrafes por información propiamente interna generada en la División o por información necesaria procedente de otras direcciones del Grupo, que pudieran tener incidencia o reflejo en la información financiera. En segundo lugar, la Dirección de Consolidación y Reporting realiza una supervisión de la información validada por las otras dos direcciones y lleva a cabo su propio proceso de revisión. Éste consiste en una serie de pruebas automáticas en los sistemas de información, que aseguran que la información que es utilizada para consolidar es íntegra. Realizadas las pruebas, tiene lugar el proceso de cierre contable consolidado mensual.

La revisión específica de los juicios, estimaciones, valoraciones y proyecciones relevantes se efectúa dentro del mismo modelo de revisión de fiabilidad de la información financiera.

La Dirección de Consolidación y Reporting reporta cada cierre mensual al Director Económico-Financiero y al Director General de Gestión y Operaciones, que es revisado y aprobado previo a su presentación a los Consejeros Delegados y a la Comisión de Auditoría y/o Comité Ejecutivo.

El Consejero Delegado, el Director General de Gestión de Operaciones y el Director Financiero aseguran tanto la integridad de la información financiera como el cumplimiento del sistema de control interno que garantiza dicha integridad, ante el Consejo de Administración.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento, con apoyo de la Dirección de Auditoría, supervisa el proceso descrito anteriormente, comunicando las conclusiones alcanzadas al Consejo de Administración. Una vez aprobadas las cuentas consolidadas, éstas son aptas para su publicación a la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), proceso que se realiza a través de la Secretaría General del Consejo de Administración.

Asimismo, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, ejecuta el proceso de revisión de la información financiera de forma trimestral. Este proceso consiste en verificar que la información trimestral se formula con los mismos criterios que la información que se formula en los informes semestrales (a 30 de junio y a 31 de diciembre de cada ejercicio). Los auditores externos exponen los hechos encontrados, datos relevantes y recomendaciones en estas dos sesiones semestrales de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Asimismo, elaboran un informe de auditoría externo a tal efecto.

F.3.2 Políticas y procedimientos de control interno sobre los sistemas de información (entre otras, sobre seguridad de acceso, control de cambios, operación de los mismos, continuidad operativa y segregación de funciones) que soporten los procesos relevantes de la entidad en relación a la elaboración y publicación de la información financiera.

El Grupo Mediaset tiene un control extremo sobre la seguridad implementada en sus herramientas de gestión que soportan el proceso de elaboración de la información financiera, tanto en el acceso, como en el control de los cambios que se hubiesen llevado a cabo. Existe una política estricta de acceso a las aplicaciones en producción, de manera que cualquier modificación, alta o baja tiene que ser autorizada por el responsable de la aplicación y la Dirección de Auditoría Interna. Mediaset dispone de una Política de Seguridad Corporativa aprobada en 2008 y que se actualiza anualmente, que recoge entre otros la política de adquisición de software, hardware, niveles de servicio y seguridad de los sistemas y que garantiza la gestión de las operaciones y la continuidad de estas.

Existe un inventario documentado de todos los sistemas que intervienen en la elaboración de la información financiera. Sobre los mismos hay establecidos controles específicos, preventivos y en último caso detectivos. La División de Tecnologías es la responsable del desarrollo y el mantenimiento de todos los sistemas, así como de la implementación de los procedimientos de control establecidos.

La segregación de funciones está establecida en todas las aplicaciones de manera que no se producen conflictos en las operaciones normales y críticas. La segregación evita la posibilidad de que una sola persona pueda ser responsable de funciones diversas que puedan generar conflictos de interés de tal forma que pudieran ocurrir errores o apropiaciones indebidas. Además, se ha establecido realizando una correcta definición/

asignación de perfiles a cada usuario. Existe un procedimiento específico que regula este aspecto y que incluye la revisión continua de los perfiles asignados a los usuarios.

F.3.3 Políticas y procedimientos de control interno destinados a supervisar la gestión de las actividades subcontratadas a terceros, así como de aquellos aspectos de evaluación, cálculo o valoración encomendados a expertos independientes, que puedan afectar de modo material a los estados financieros.

Existe un Comité de Adquisiciones y un Procedimiento de Adquisiciones de Bienes y Servicios a través del cual se regula la contratación de cualquier servicio a terceros y a expertos independientes. Entre otros, se asegura que el proveedor seleccionado es independiente de la compañía, es competente, opera en condiciones de mercado y está al corriente de sus obligaciones tributarias.

Cada dirección responsable se asegura de efectuar una revisión de los trabajos efectuados por el subcontratado.

Existe un Protocolo de Homologación de Proveedores a través del cual se describen las características, obligaciones y criterios necesarios para poder presentar ofertas de servicios y productos al Grupo Mediaset, así como para poder ser seleccionado y realizar operaciones con nuestro Grupo.

F.4. **Información y comunicación.**

Informe, señalando sus principales características, si dispone al menos de:

F.4.1 Una función específica encargada de definir, mantener actualizadas las políticas contables (área o departamento de políticas contables) y resolver dudas o conflictos derivados de su interpretación, manteniendo una comunicación fluida con los responsables de las operaciones en la organización, así como un manual de políticas contables actualizado y comunicado a las unidades a través de las que opera la entidad.

La Dirección de Consolidación, Reporting y Participadas es la encargada de definir, mantener actualizadas las políticas contables y resolver cualquier duda o conflicto que pudiese originarse por la interpretación de las políticas contables aprobadas en el Grupo. Esta Dirección es dependiente de la División Económico-Financiera, la cual forma parte de la Dirección General de Gestión y Operaciones. La Dirección de Reporting es la encargada del mantenimiento y actualización del Manual de Políticas Contables del Grupo Mediaset España y asegura una adecuada difusión. El Manual Contable se actualiza regularmente. La versión más actualizada es de 30 de junio de 2019, que incluye la aplicación de la NIIF 9, NIIF 15 Y NIIF 16.

F.4.2 Mecanismos de captura y preparación de la información financiera con formatos homogéneos, de aplicación y utilización por todas las unidades de la entidad o del grupo, que soporten los estados financieros principales y las notas, así como la información que se detalle sobre el SCIIF.

La información financiera de la Sociedad se captura y prepara a través herramientas de software que aseguran su completa seguridad y control. Desde el momento inicial de captura de la información (que puede ser por vía manual o interface), ésta es tratada por programas de software reconocidos en el mercado: SAP, Microstrategy, Axional y Meta 4. Estos programas se encuentran conectados entre sí, tratan, almacenan y reportan información, lo que minimiza los riesgos de errores y manipulaciones de la información económico-financiera.
SAP recoge toda la información que tiene efecto económico-financiero en la contabilidad de la sociedad. Mediaset España elabora la contabilidad de todas las sociedades de las que posee el control. De esta manera se agilizan y controlan los procesos necesarios para la consolidación del Grupo.

Microstrategy es la herramienta de reporting y consolidación que captura y preparan la información financiera de cara al oportuno reporting hacia los órganos internos o externos a los que va dirigida. La estructura de organización de la información a recibir y a reportar ya ha sido previamente homogeneizada tanto en formato como en aplicación de criterios, lo que asegura la integridad de la información y facilita su análisis.

Todos estos sistemas tienen un mantenimiento dedicado y una actualización anual. La Dirección de Tecnología se encarga del buen funcionamiento y de asegurar su fiabilidad.

F.5. Supervisión del funcionamiento del sistema.

Informe, señalando sus principales características, al menos de:

F.5.1 Las actividades de supervisión del SCIIF realizadas por la comisión de auditoría así como si la entidad cuenta con una función de auditoría interna que tenga entre sus competencias la de apoyo a la comisión en su labor de supervisión del sistema de control interno, incluyendo el SCIIF. Asimismo se informará del alcance de la evaluación del SCIIF realizada en el ejercicio y del procedimiento por el cual el encargado de ejecutar la evaluación comunica sus resultados, si la entidad cuenta con un plan de acción que detalle las eventuales medidas correctoras, y si se ha considerado su impacto en la información financiera.

Tal y como se ha detallado en el apartado F.1.1, de forma resumida, las competencias de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento incluyen las siguientes:

1. Supervisar el proceso de elaboración e integridad de la información financiera.

2. Aprobar el plan de auditoría interna para la evaluación del SCIIF.

3. Revisar, analizar y comentar los estados financieros y otra información financiera relevante con los intervinientes en la elaboración y aprobación de la misma.

4. Supervisar el proceso de realización de juicios, valoraciones y estimaciones significativas, y mediar en casos de conflicto.

5. Garantizar que el proceso de evaluación del SCIIF del Grupo Mediaset se ha diseñado para alcanzar los objetivos del proceso.

6. Supervisar la evaluación continua del SCIIF.

7. Garantizar que la información del SCIIF que se divulgue sea clara y comprensible.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento se apoya en la Dirección de Auditoría para la realización de estas actividades. Ésta, depende de la Dirección General Corporativa y tiene entre sus funciones principales el analizar, evaluar y supervisar los sistemas de control interno y gestión de riesgos del Grupo, identificando deficiencias, elaborando recomendaciones y supervisando la ejecución del plan de acción propuesto en cada caso.

La Dirección de Auditoría Interna realiza dos veces al año, coincidiendo con los cierres semestrales y anuales, una profunda revisión de los controles de todos los procesos que pueden tener impacto significativo en los estados financieros del Grupo. Como resultado de dichas revisiones, la Dirección de Auditoría Interna elabora unos informes que recogen los procesos identificados, los riesgos asociados a los mismos y los controles testados asociados. Dichos informes manifiestan cualquier deficiencia encontrada y compara con las revisiones de períodos anteriores para ver su evolución. Como se ha comentado anteriormente, cualquier deficiencia en cualquier proceso es comunicada de inmediato al responsable de la Dirección afectada para proceder a su corrección. En el último cierre auditado al 31 de diciembre de 2019, se revisaron 194 controles asociados a 26 procesos de la compañía.

F.5.2 Si cuenta con un procedimiento de discusión mediante el cual, el auditor de cuentas (de acuerdo con lo establecido en las NTA), la función de auditoría interna y otros expertos puedan comunicar a la alta dirección y a la comisión de auditoría o administradores de la entidad las debilidades significativas de control interno identificadas durante los procesos de revisión de las cuentas anuales o aquellos otros que les hayan sido encomendados. Asimismo, informará de si dispone de un plan de acción que trate de corregir o mitigar las debilidades observadas.

De manera periódica, tanto la División Económico-Financiera como la Dirección de Auditoría Interna mantienen reuniones con los auditores externos sobre las debilidades que fuesen significativas en términos de control interno. Asimismo, La Comisión de Auditoría y Cumplimiento, mantiene dos reuniones al año con los auditores externos, coincidiendo con el cierre semestral y anual del Grupo. En dichas reuniones, los auditores externos, en el marco de su trabajo, comunican si existen incidencias o debilidades de control interno. En las mismas están presentes tanto la División Económico-Financiera como la Dirección de Auditoría Interna y se repasan todos los aspectos relacionados a posibles deficiencias en los sistemas de control interno que pudiesen afectar a la información financiera que el Grupo Mediaset pública.
Asimismo, existe una tercera asistencia de los auditores externos, generalmente a la última reunión del año de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. En ella, informan sobre los temas principales de la auditoría del año corriente y la planificación de esta.

Cualquier debilidad puesta de manifiesto es sometida a inmediato seguimiento por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, apoyándose ésta en la Dirección de Auditoría Interna.

F.6. **Otra información relevante.**

No aplicable

F.7. **Informe del auditor externo.**

Informe de:

F.7.1 Si la información del SCIIF remitida a los mercados ha sido sometida a revisión por el auditor externo, en cuyo caso la entidad debería incluir el informe correspondiente como anexo. En caso contrario, debería informar de sus motivos.

La información del SCIIF ha sido sometida a revisión por el auditor de las cuentas anuales, la compañía Deloitte, SL

G. GRADO DE SEGUIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES DE GOBIERNO CORPORATIVO

Indique el grado de seguimiento de la sociedad respecto de las recomendaciones del Código de buen gobierno de las sociedades cotizadas.

En el caso de que alguna recomendación no se siga o se siga parcialmente, se deberá incluir una explicación detallada de sus motivos de manera que los accionistas, los inversores y el mercado en general, cuenten con información suficiente para valorar el proceder de la sociedad. No serán aceptables explicaciones de carácter general.

1. Que los estatutos de las sociedades cotizadas no limiten el número máximo de votos que pueda emitir un mismo accionista, ni contengan otras restricciones que dificulten la toma de control de la sociedad mediante la adquisición de sus acciones en el mercado.

   Cumple [X] Explique [ ]

2. Que cuando coticen la sociedad matriz y una sociedad dependiente ambas definan públicamente con precisión:

   a) Las respectivas áreas de actividad y eventuales relaciones de negocio entre ellas, así como las de la sociedad dependiente cotizada con las demás empresas del grupo.

   b) Los mecanismos previstos para resolver los eventuales conflictos de interés que puedan presentarse.

   Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

3. Que durante la celebración de la junta general ordinaria, como complemento de la difusión por escrito del informe anual de gobierno corporativo, el presidente del consejo de administración informe verbalmente a los accionistas, con suficiente detalle, de los aspectos más relevantes del gobierno corporativo de la sociedad y, en particular:

   a) De los cambios acaecidos desde la anterior junta general ordinaria.

   b) De los motivos concretos por los que la compañía no sigue alguna de las recomendaciones del Código de Gobierno Corporativo y, si existieran, de las reglas alternativas que aplique en esa materia.

   Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

4. Que la sociedad defina y promueva una política de comunicación y contactos con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto que sea plenamente respetuosa con las normas contra el abuso de mercado y dé un trato semejante a los accionistas que se encuentren en la misma posición.

   Y que la sociedad haga pública dicha política a través de su página web, incluyendo información relativa a la forma en que la misma se ha puesto en práctica e identificando a los interlocutores o responsables de llevarla a cabo.

   Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

5. Que el consejo de administración no eleve a la junta general una propuesta de delegación de facultades, para emitir acciones o valores convertibles con exclusión del derecho de suscripción preferente, por un importe superior al 20% del capital en el momento de la delegación.

   Y que cuando el consejo de administración apruebe cualquier emisión de acciones o de valores convertibles con exclusión del derecho de suscripción preferente, la sociedad publique inmediatamente en su página web los informes sobre dicha exclusión a los que hace referencia la legislación mercantil.

   Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

6. Que las sociedades cotizadas que elaboren los informes que se citan a continuación, ya sea de forma preceptiva o voluntaria, los publiquen en su página web con antelación suficiente a la celebración de la junta general ordinaria, aunque su difusión no sea obligatoria:

   a) Informe sobre la independencia del auditor.

   b) Informes de funcionamiento de las comisiones de auditoría y de nombramientos y retribuciones.

   c) Informe de la comisión de auditoría sobre operaciones vinculadas.

   d) Informe sobre la política de responsabilidad social corporativa.

   Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

7. Que la sociedad transmita en directo, a través de su página web, la celebración de las juntas generales de accionistas.

   Cumple [X] Explique [ ]

8. Que la comisión de auditoría vele porque el consejo de administración procure presentar las cuentas a la junta general de accionistas sin limitaciones ni salvedades en el informe de auditoría y que, en los supuestos excepcionales en que existan salvedades, tanto el presidente de la comisión de auditoría como los auditores expliquen con claridad a los accionistas el contenido y alcance de dichas limitaciones o salvedades.

   Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

9. Que la sociedad haga públicos en su página web, de manera permanente, los requisitos y procedimientos que aceptará para acreditar la titularidad de acciones, el derecho de asistencia a la junta general de accionistas y el ejercicio o delegación del derecho de voto.

   Y que tales requisitos y procedimientos favorezcan la asistencia y el ejercicio de sus derechos a los accionistas y se apliquen de forma no discriminatoria.

   Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

10. Que cuando algún accionista legitimado haya ejercitado, con anterioridad a la celebración de la junta general de accionistas, el derecho a completar el orden del día o a presentar nuevas propuestas de acuerdo, la sociedad:

    a) Difunda de inmediato tales puntos complementarios y nuevas propuestas de acuerdo.

    b) Haga público el modelo de tarjeta de asistencia o formulario de delegación de voto o voto a distancia con las modificaciones precisas para que puedan votarse los nuevos puntos del orden del día y propuestas alternativas de acuerdo en los mismos términos que los propuestos por el consejo de administración.

    c) Someta todos esos puntos o propuestas alternativas a votación y les aplique las mismas reglas de voto que a las formuladas por el consejo de administración, incluidas, en particular, las presunciones o deducciones sobre el sentido del voto.

    d) Con posterioridad a la junta general de accionistas, comunique el desglose del voto sobre tales puntos complementarios o propuestas alternativas.

    Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

11. Que, en el caso de que la sociedad tenga previsto pagar primas de asistencia a la junta general de accionistas, establezca, con anterioridad, una política general sobre tales primas y que dicha política sea estable.

    Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

12. Que el consejo de administración desempeñe sus funciones con unidad de propósito e independencia de criterio, dispense el mismo trato a todos los accionistas que se hallen en la misma posición y se guíe por el interés social, entendido como la consecución de un negocio rentable y sostenible a largo plazo, que promueva su continuidad y la maximización del valor económico de la empresa.

    Y que en la búsqueda del interés social, además del respeto de las leyes y reglamentos y de un comportamiento basado en la buena fe, la ética y el respeto a los usos y a las buenas prácticas comúnmente aceptadas, procure conciliar el propio interés social con, según corresponda, los legítimos intereses de sus empleados, sus proveedores, sus clientes y los de los restantes grupos de interés que puedan verse afectados, así como el impacto de las actividades de la compañía en la comunidad en su conjunto y en el medio ambiente.

    Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

13. Que el consejo de administración posea la dimensión precisa para lograr un funcionamiento eficaz y participativo, lo que hace aconsejable que tenga entre cinco y quince miembros.

    Cumple [X] Explique [ ]

14. Que el consejo de administración apruebe una política de selección de consejeros que:

a) Sea concreta y verificable.

b) Asegure que las propuestas de nombramiento o reelección se fundamenten en un análisis previo de las necesidades del consejo de administración.

c) Favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias y género.

Que el resultado del análisis previo de las necesidades del consejo de administración se recoja en el informe justificativo de la comisión de nombramientos que se publique al convocar la junta general de accionistas a la que se someta la ratificación, el nombramiento o la reelección de cada consejero.

Y que la política de selección de consejeros promueva el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo de administración.

La comisión de nombramiento verificará anualmente el cumplimiento de la política de selección de consejeros y se informará de ello en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

En aplicación de las políticas de diversidad y selección de consejeros el Consejo de Administración de la compañía cumple con el objetivo de que las consejeras representen al menos el 30% del total de sus miembros.

15. Que los consejeros dominicales e independientes constituyan una amplia mayoría del consejo de administración y que el número de consejeros ejecutivos sea el mínimo necesario, teniendo en cuenta la complejidad del grupo societario y el porcentaje de participación de los consejeros ejecutivos en el capital de la sociedad.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

16. Que el porcentaje de consejeros dominicales sobre el total de consejeros no ejecutivos no sea mayor que la proporción existente entre el capital de la sociedad representado por dichos consejeros y el resto del capital.

Este criterio podrá atenuarse:

a) En sociedades de elevada capitalización en las que sean escasas las participaciones accionariales que tengan legalmente la consideración de significativas.

b) Cuando se trate de sociedades en las que exista una pluralidad de accionistas representados en el consejo de administración y no tengan vínculos entre sí.

Cumple [X] Explique [ ]

17. Que el número de consejeros independientes represente, al menos, la mitad del total de consejeros.

Que, sin embargo, cuando la sociedad no sea de elevada capitalización o cuando, aun siéndolo, cuente con un accionista o varios actuando concertadamente, que controlen más del 30% del capital social, el número de consejeros independientes represente, al menos, un tercio del total de consejeros.

Cumple [X] Explique [ ]

18. Que las sociedades hagan pública a través de su página web, y mantengan actualizada, la siguiente información sobre sus consejeros:

a) Perfil profesional y biográfico.

b) Otros consejos de administración a los que pertenezcan, se trate o no de sociedades cotizadas, así como sobre las demás actividades retribuidas que realice cualquiera que sea su naturaleza.

c) Indicación de la categoría de consejero a la que pertenezcan, señalándose, en el caso de consejeros dominicales, el accionista al que representen o con quien tengan vínculos.

d) Fecha de su primer nombramiento como consejero en la sociedad, así como de las posteriores reelecciones.

e) Acciones de la compañía, y opciones sobre ellas, de las que sean titulares.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

19. Que en el informe anual de gobierno corporativo, previa verificación por la comisión de nombramientos, se expliquen las razones por las cuales se hayan nombrado consejeros dominicales a instancia de accionistas cuya participación accionarial sea inferior al 3% del capital; y se expongan las razones por las que no se hubieran atendido, en su caso, peticiones formales de presencia en el consejo procedentes de accionistas cuya participación accionarial sea igual o superior a la de otros a cuya instancia se hubieran designado consejeros dominicales.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

20. Que los consejeros dominicales presenten su dimisión cuando el accionista a quien representen transmita íntegramente su participación accionarial. Y que también lo hagan, en el número que corresponda, cuando dicho accionista rebaje su participación accionarial hasta un nivel que exija la reducción del número de sus consejeros dominicales.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

21. Que el consejo de administración no proponga la separación de ningún consejero independiente antes del cumplimiento del período estatutario para el que hubiera sido nombrado, salvo cuando concurra justa causa, apreciada por el consejo de administración previo informe de la comisión de nombramientos. En particular, se entenderá que existe justa causa cuando el consejero pase a ocupar nuevos cargos o contraiga nuevas obligaciones que le impidan dedicar el tiempo necesario al desempeño de las funciones propias del cargo de consejero, incumpla los deberes inherentes a su cargo o incurra en algunas de las circunstancias que le hagan perder su condición de independiente, de acuerdo con lo establecido en la legislación aplicable.

    También podrá proponerse la separación de consejeros independientes como consecuencia de ofertas públicas de adquisición, fusiones u otras operaciones corporativas similares que supongan un cambio en la estructura de capital de la sociedad, cuando tales cambios en la estructura del consejo de administración vengan propiciados por el criterio de proporcionalidad señalado en la recomendación 16.

    Cumple [X] Explique [ ]

22. Que las sociedades establezcan reglas que obliguen a los consejeros a informar y, en su caso, dimitir en aquellos supuestos que puedan perjudicar al crédito y reputación de la sociedad y, en particular, les obliguen a informar al consejo de administración de las causas penales en las que aparezcan como imputados, así como de sus posteriores vicisitudes procesales.

    Y que si un consejero resultara procesado o se dictara contra él auto de apertura de juicio oral por alguno de los delitos señalados en la legislación societaria, el consejo de administración examine el caso tan pronto como sea posible y, a la vista de sus circunstancias concretas, decida si procede o no que el consejero continúe en su cargo. Y que de todo ello el consejo de administración dé cuenta, de forma razonada, en el informe anual de gobierno corporativo.

    Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

23. Que todos los consejeros expresen claramente su oposición cuando consideren que alguna propuesta de decisión sometida al consejo de administración puede ser contraria al interés social. Y que otro tanto hagan, de forma especial, los independientes y demás consejeros a quienes no afecte el potencial conflicto de intereses, cuando se trate de decisiones que puedan perjudicar a los accionistas no representados en el consejo de administración.

    Y que cuando el consejo de administración adopte decisiones significativas o reiteradas sobre las que el consejero hubiera formulado serias reservas, este saque las conclusiones que procedan y, si optara por dimitir, explique las razones en la carta a que se refiere la recomendación siguiente.

    Esta recomendación alcanza también al secretario del consejo de administración, aunque no tenga la condición de consejero.

    Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

24. Que cuando, ya sea por dimisión o por otro motivo, un consejero cese en su cargo antes del término de su mandato, explique las razones en una carta que remitirá a todos los miembros del consejo de administración. Y que, sin perjuicio de que dicho cese se comunique como hecho relevante, del motivo del cese se dé cuenta en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

25. Que la comisión de nombramientos se asegure de que los consejeros no ejecutivos tienen suficiente disponibilidad de tiempo para el correcto desarrollo de sus funciones.

Y que el reglamento del consejo establezca el número máximo de consejos de sociedades de los que pueden formar parte sus consejeros.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

26. Que el consejo de administración se reúna con la frecuencia precisa para desempeñar con eficacia sus funciones y, al menos, ocho veces al año, siguiendo el programa de fechas y asuntos que establezca al inicio del ejercicio, pudiendo cada consejero individualmente proponer otros puntos del orden del día inicialmente no previstos.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

27. Que las inasistencias de los consejeros se reduzcan a los casos indispensables y se cuantifiquen en el informe anual de gobierno corporativo. Y que, cuando deban producirse, se otorgue representación con instrucciones.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

28. Que cuando los consejeros o el secretario manifiesten preocupación sobre alguna propuesta o, en el caso de los consejeros, sobre la marcha de la sociedad y tales preocupaciones no queden resueltas en el consejo de administración, a petición de quien las hubiera manifestado, se deje constancia de ellas en el acta.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

29. Que la sociedad establezca los cauces adecuados para que los consejeros puedan obtener el asesoramiento preciso para el cumplimiento de sus funciones incluyendo, si así lo exigieran las circunstancias, asesoramiento externo con cargo a la empresa.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

30. Que, con independencia de los conocimientos que se exijan a los consejeros para el ejercicio de sus funciones, las sociedades ofrezcan también a los consejeros programas de actualización de conocimientos cuando las circunstancias lo aconsejen.

Cumple [X] Explique [ ] No aplicable [ ]

31. Que el orden del día de las sesiones indique con claridad aquellos puntos sobre los que el consejo de administración deberá adoptar una decisión o acuerdo para que los consejeros puedan estudiar o recabar, con carácter previo, la información precisa para su adopción.

Cuando, excepcionalmente, por razones de urgencia, el presidente quiera someter a la aprobación del consejo de administración decisiones o acuerdos que no figuraran en el orden del día, será preciso el consentimiento previo y expreso de la mayoría de los consejeros presentes, del que se dejará debida constancia en el acta.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

32. Que los consejeros sean periódicamente informados de los movimientos en el accionariado y de la opinión que los accionistas significativos, los inversores y las agencias de calificación tengan sobre la sociedad y su grupo.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

33. Que el presidente, como responsable del eficaz funcionamiento del consejo de administración, además de ejercer las funciones que tiene legal y estatutariamente atribuidas, prepare y someta al consejo de administración un programa de fechas y asuntos a tratar; organice y coordine la evaluación periódica del consejo, así como, en su caso, la del primer ejecutivo de la sociedad; sea responsable de la dirección del consejo y de la efectividad de su funcionamiento; se asegure de que se dedica suficiente tiempo de discusión a las cuestiones estratégicas, y acuerde y revise los programas de actualización de conocimientos para cada consejero, cuando las circunstancias lo aconsejen.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

34. Que cuando exista un consejero coordinador, los estatutos o el reglamento del consejo de administración, además de las facultades que le corresponden legalmente, le atribuya las siguientes: presidir el consejo de administración en ausencia del presidente y de los vicepresidentes, en caso de existir; hacerse eco de las preocupaciones de los consejeros no ejecutivos; mantener contactos con inversores y accionistas para conocer sus puntos de vista a efectos de formarse una opinión sobre sus preocupaciones, en particular, en relación con el gobierno corporativo de la sociedad; y coordinar el plan de sucesión del presidente.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

35. Que el secretario del consejo de administración vele de forma especial para que en sus actuaciones y decisiones el consejo de administración tenga presentes las recomendaciones sobre buen gobierno contenidas en este Código de buen gobierno que fueran aplicables a la sociedad.

Cumple [X] Explique [ ]

36. Que el consejo de administración en pleno evalúe una vez al año y adopte, en su caso, un plan de acción que corrija las deficiencias detectadas respecto de:

a) La calidad y eficiencia del funcionamiento del consejo de administración.

b) El funcionamiento y la composición de sus comisiones.

c) La diversidad en la composición y competencias del consejo de administración.

d) El desempeño del presidente del consejo de administración y del primer ejecutivo de la sociedad.

e) El desempeño y la aportación de cada consejero, prestando especial atención a los responsables de las distintas comisiones del consejo.

Para la realización de la evaluación de las distintas comisiones se partirá del informe que estas eleven al consejo de administración, y para la de este último, del que le eleve la comisión de nombramientos.

Cada tres años, el consejo de administración será auxiliado para la realización de la evaluación por un consultor externo, cuya independencia será verificada por la comisión de nombramientos.

Las relaciones de negocio que el consultor o cualquier sociedad de su grupo mantengan con la sociedad o cualquier sociedad de su grupo deberán ser desglosadas en el informe anual de gobierno corporativo.

El proceso y las áreas evaluadas serán objeto de descripción en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

37. Que cuando exista una comisión ejecutiva, la estructura de participación de las diferentes categorías de consejeros sea similar a la del propio consejo de administración y su secretario sea el de este último.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [X] Explique [ ] No aplicable [ ]

La composición de la Comisión Ejecutiva sigue la misma estructura que la del Consejo de Administración en tanto en cuanto todas las categorías de consejeros están también representadas en esta comisión. Sin embargo, los porcentajes son diferentes:

Consejo de Administración:

Consejeros Ejecutivos: 23,08%
Consejeros Dominicales: 38,46%
Consejeros Independientes: 30,77%
Consejeros Externos: 7,69%

Comisión Ejecutiva:

Consejeros Ejecutivos: 16,66%
Consejeros Dominicales: 50%
Consejeros Independientes: 16,66%
Consejeros Externos: 16,66%

Señalar que el Presidente del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva es un consejero externo y el Secretario es asimismo Secretario del Consejo de Administración de la Compañía.

38. Que el consejo de administración tenga siempre conocimiento de los asuntos tratados y de las decisiones adoptadas por la comisión ejecutiva y que todos los miembros del consejo de administración reciban copia de las actas de las sesiones de la comisión ejecutiva.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [ ]

39. Que los miembros de la comisión de auditoría, y de forma especial su presidente, se designen teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o gestión de riesgos, y que la mayoría de dichos miembros sean consejeros independientes.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

40. Que bajo la supervisión de la comisión de auditoría, se disponga de una unidad que asuma la función de auditoría interna que vele por el buen funcionamiento de los sistemas de información y control interno y que funcionalmente dependa del presidente no ejecutivo del consejo o del de la comisión de auditoría.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

41. Que el responsable de la unidad que asuma la función de auditoría interna presente a la comisión de auditoría su plan anual de trabajo, informe directamente de las incidencias que se presenten en su desarrollo y someta al final de cada ejercicio un informe de actividades.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [ ]

42. Que, además de las previstas en la ley, correspondan a la comisión de auditoría las siguientes funciones:

1. En relación con los sistemas de información y control interno:

a) Supervisar el proceso de elaboración y la integridad de la información financiera relativa a la sociedad y, en su caso, al grupo, revisando el cumplimiento de los requisitos normativos, la adecuada delimitación del perímetro de consolidación y la correcta aplicación de los criterios contables.

b) Velar por la independencia de la unidad que asume la función de auditoría interna; proponer la selección, nombramiento, reelección y cese del responsable del servicio de auditoría interna; proponer el presupuesto de ese servicio; aprobar la orientación y sus planes de trabajo, asegurándose de que su actividad esté enfocada principalmente hacia los riesgos relevantes de la sociedad; recibir información periódica sobre sus actividades; y verificar que la alta dirección tenga en cuenta las conclusiones y recomendaciones de sus informes.

c) Establecer y supervisar un mecanismo que permita a los empleados comunicar, de forma confidencial y, si resulta posible y se considera apropiado, anónima, las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financieras y contables, que adviertan en el seno de la empresa.

2. En relación con el auditor externo:

a) En caso de renuncia del auditor externo, examinar las circunstancias que la hubieran motivado.

b) Velar que la retribución del auditor externo por su trabajo no comprometa su calidad ni su independencia.

c) Supervisar que la sociedad comunique como hecho relevante a la CNMV el cambio de auditor y lo acompañe de una declaración sobre la eventual existencia de desacuerdos con el auditor saliente y, si hubieran existido, de su contenido.

d) Asegurar que el auditor externo mantenga anualmente una reunión con el pleno del consejo de administración para informarle sobre el trabajo realizado y sobre la evolución de la situación contable y de riesgos de la sociedad.

e) Asegurar que la sociedad y el auditor externo respetan las normas vigentes sobre prestación de servicios distintos a los de auditoría, los límites a la concentración del negocio del auditor y, en general, las demás normas sobre independencia de los auditores.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

43. Que la comisión de auditoría pueda convocar a cualquier empleado o directivo de la sociedad, e incluso disponer que comparezcan sin presencia de ningún otro directivo.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

44. Que la comisión de auditoría sea informada sobre las operaciones de modificaciones estructurales y corporativas que proyecte realizar la sociedad para su análisis e informe previo al consejo de administración sobre sus condiciones económicas y su impacto contable y, en especial, en su caso, sobre la ecuación de canje propuesta.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [ ]

45. Que la política de control y gestión de riesgos identifique al menos:

a) Los distintos tipos de riesgo, financieros y no financieros (entre otros los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales) a los que se enfrenta la sociedad, incluyendo entre los financieros o económicos, los pasivos contingentes y otros riesgos fuera de balance.

b) La fijación del nivel de riesgo que la sociedad considere aceptable.

c) Las medidas previstas para mitigar el impacto de los riesgos identificados, en caso de que llegaran a materializarse.

d) Los sistemas de información y control interno que se utilizarán para controlar y gestionar los citados riesgos, incluidos los pasivos contingentes o riesgos fuera de balance.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

46. Que bajo la supervisión directa de la comisión de auditoría o, en su caso, de una comisión especializada del consejo de administración, exista una función interna de control y gestión de riesgos ejercida por una unidad o departamento interno de la sociedad que tenga atribuidas expresamente las siguientes funciones:

a) Asegurar el buen funcionamiento de los sistemas de control y gestión de riesgos y, en particular, que se identifican, gestionan, y cuantifican adecuadamente todos los riesgos importantes que afecten a la sociedad.

b) Participar activamente en la elaboración de la estrategia de riesgos y en las decisiones importantes sobre su gestión.

c) Velar por que los sistemas de control y gestión de riesgos mitiguen los riesgos adecuadamente en el marco de la política definida por el consejo de administración.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

47. Que los miembros de la comisión de nombramientos y de retribuciones –o de la comisión de nombramientos y la comisión de retribuciones, si estuvieren separadas– se designen procurando que tengan los conocimientos, aptitudes y experiencia adecuados a las funciones que estén llamados a desempeñar y que la mayoría de dichos miembros sean consejeros independientes.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [X] Explique [ ]

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones está compuesta por cuatro miembros, dos de los cuales son independientes y dos dominicales, ninguno de ellos tiene la categoría de ejecutivo y está presidida por un consejero independiente. Todos ellos han sido nombrados a la vista de sus conocimientos, aptitudes y experiencia. Al no haber una mayoría de consejeros independientes, la Recomendación es por tanto de cumplimiento parcial por parte de la Compañía.

La actual composición de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones está establecida para que exista un equilibrio razonable entre los Consejeros dominicales y los Consejeros independientes atendiendo a la estructura de propiedad de la Sociedad, de manera que la relación entre una y otra clase de Consejeros refleje la relación entre el capital estable y el capital flotante.

48. Que las sociedades de elevada capitalización cuenten con una comisión de nombramientos y con una comisión de remuneraciones separadas.

Cumple [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

49. Que la comisión de nombramientos consulte al presidente del consejo de administración y al primer ejecutivo de la sociedad, especialmente cuando se trate de materias relativas a los consejeros ejecutivos.

Y que cualquier consejero pueda solicitar de la comisión de nombramientos que tome en consideración, por si los encuentra idóneos a su juicio, potenciales candidatos para cubrir vacantes de consejero.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

50. Que la comisión de retribuciones ejerza sus funciones con independencia y que, además de las funciones que le atribuya la ley, le correspondan las siguientes:

a) Proponer al consejo de administración las condiciones básicas de los contratos de los altos directivos.

b) Comprobar la observancia de la política retributiva establecida por la sociedad.

c) Revisar periódicamente la política de remuneraciones aplicada a los consejeros y altos directivos, incluidos los sistemas retributivos con acciones y su aplicación, así como garantizar que su remuneración individual sea proporcionada a la que se pague a los demás consejeros y altos directivos de la sociedad.

d) Velar por que los eventuales conflictos de intereses no perjudiquen la independencia del asesoramiento externo prestado a la comisión.

e) Verificar la información sobre remuneraciones de los consejeros y altos directivos contenida en los distintos documentos corporativos, incluido el informe anual sobre remuneraciones de los consejeros.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

51. Que la comisión de retribuciones consulte al presidente y al primer ejecutivo de la sociedad, especialmente cuando se trate de materias relativas a los consejeros ejecutivos y altos directivos.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [X] Explique [ ]

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones consulta al Presidente, al primer ejecutivo y al Consejo de Administración en pleno, las materias relativas a los consejeros ejecutivos y las más sensibles aplicables a la alta dirección.

En lo demás, las cuestiones relativas a la alta dirección son puestas en conocimiento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

52. Que las reglas de composición y funcionamiento de las comisiones de supervisión y control figuren en el reglamento del consejo de administración y que sean consistentes con las aplicables a las comisiones legalmente obligatorias conforme a las recomendaciones anteriores, incluyendo:

a) Que estén compuestas exclusivamente por consejeros no ejecutivos, con mayoría de consejeros independientes.

b) Que sus presidentes sean consejeros independientes.

c) Que el consejo de administración designe a los miembros de estas comisiones teniendo presentes los conocimientos, aptitudes y experiencia de los consejeros y los cometidos de cada comisión, delibere sobre sus propuestas e informes; y que rinda cuentas, en el primer pleno del consejo de administración posterior a sus reuniones, de su actividad y que respondan del trabajo realizado.

d) Que las comisiones puedan recabar asesoramiento externo, cuando lo consideren necesario para el desempeño de sus funciones.

e) Que de sus reuniones se levante acta, que se pondrá a disposición de todos los consejeros.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [X]

53. Que la supervisión del cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo, de los códigos internos de conducta y de la política de responsabilidad social corporativa se atribuya a una o se reparta entre varias comisiones del consejo de administración que podrán ser la comisión de auditoría, la de nombramientos, la comisión de responsabilidad social corporativa, en caso de existir, o una comisión especializada que el consejo de administración, en ejercicio de sus facultades de auto-organización, decida crear al efecto, a las que específicamente se les atribuyan las siguientes funciones mínimas:

a) La supervisión del cumplimiento de los códigos internos de conducta y de las reglas de gobierno corporativo de la sociedad.

b) La supervisión de la estrategia de comunicación y relación con accionistas e inversores, incluyendo los pequeños y medianos accionistas.

c) La evaluación periódica de la adecuación del sistema de gobierno corporativo de la sociedad, con el fin de que cumpla su misión de promover el interés social y tenga en cuenta, según corresponda, los legítimos intereses de los restantes grupos de interés.

d) La revisión de la política de responsabilidad corporativa de la sociedad, velando por que esté orientada a la creación de valor.

e) El seguimiento de la estrategia y prácticas de responsabilidad social corporativa y la evaluación de su grado de cumplimiento.

f) La supervisión y evaluación de los procesos de relación con los distintos grupos de interés.

g) La evaluación de todo lo relativo a los riesgos no financieros de la empresa –incluyendo los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales.

h) La coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad, conforme a la normativa aplicable y a los estándares internacionales de referencia.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

54. Que la política de responsabilidad social corporativa incluya los principios o compromisos que la empresa asuma voluntariamente en su relación con los distintos grupos de interés e identifique al menos:

a) Los objetivos de la política de responsabilidad social corporativa y el desarrollo de instrumentos de apoyo.

b) La estrategia corporativa relacionada con la sostenibilidad, el medio ambiente y las cuestiones sociales.

c) Las prácticas concretas en cuestiones relacionadas con: accionistas, empleados, clientes, proveedores, cuestiones sociales, medio ambiente, diversidad, responsabilidad fiscal, respeto de los derechos humanos y prevención de conductas ilegales.

d) Los métodos o sistemas de seguimiento de los resultados de la aplicación de las prácticas concretas señaladas en la letra anterior, los riesgos asociados y su gestión.

e) Los mecanismos de supervisión del riesgo no financiero, la ética y la conducta empresarial.

f) Los canales de comunicación, participación y diálogo con los grupos de interés.

g) Las prácticas de comunicación responsable que eviten la manipulación informativa y protejan la integridad y el honor.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

55. Que la sociedad informe, en un documento separado o en el informe de gestión, sobre los asuntos relacionados con la responsabilidad social corporativa, utilizando para ello alguna de las metodologías aceptadas internacionalmente.

Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ]

56. Que la remuneración de los consejeros sea la necesaria para atraer y retener a los consejeros del perfil deseado y para retribuir la dedicación, cualificación y responsabilidad que el cargo exija, pero no tan elevada como para comprometer la independencia de criterio de los consejeros no ejecutivos.

Cumple [X] Explique [ ]

57. Que se circunscriban a los consejeros ejecutivos las remuneraciones variables ligadas al rendimiento de la sociedad y al desempeño personal, así como la remuneración mediante entrega de acciones, opciones o derechos sobre acciones o instrumentos referenciados al valor de la acción y los sistemas de ahorro a largo plazo tales como planes de pensiones, sistemas de jubilación u otros sistemas de previsión social.

Se podrá contemplar la entrega de acciones como remuneración a los consejeros no ejecutivos cuando se condicione a que las mantengan hasta su cese como consejeros. Lo anterior no será de aplicación a las acciones que el consejero necesite enajenar, en su caso, para satisfacer los costes relacionados con su adquisición.

Cumple [ ] Cumple parcialmente [X] Explique [ ]

La Sociedad considera que cumple parcialmente con la recomendación, ya que las remuneraciones variables ligadas al rendimiento de la sociedad y al desempeño personal, no se circunscriben a los consejeros ejecutivos.

En atención a la especial dedicación que exige el cargo de Presidente del Consejo de Administración, el cual tiene la condición de "otros externos", el Sr. Echevarría percibe una remuneración complementaria variable ligada al rendimiento de la sociedad y a su desempeño personal.

58. Que en caso de remuneraciones variables, las políticas retributivas incorporen los límites y las cautelas técnicas precisas para asegurar que tales remuneraciones guardan relación con el rendimiento profesional de sus beneficiarios y no derivan solamente de la evolución general de los mercados o del sector de actividad de la compañía o de otras circunstancias similares.

    Y, en particular, que los componentes variables de las remuneraciones:

    a) Estén vinculados a criterios de rendimiento que sean predeterminados y medibles y que dichos criterios consideren el riesgo asumido para la obtención de un resultado.

    b) Promuevan la sostenibilidad de la empresa e incluyan criterios no financieros que sean adecuados para la creación de valor a largo plazo, como el cumplimiento de las reglas y los procedimientos internos de la sociedad y de sus políticas para el control y gestión de riesgos.

    c) Se configuren sobre la base de un equilibrio entre el cumplimiento de objetivos a corto, medio y largo plazo, que permitan remunerar el rendimiento por un desempeño continuado durante un período de tiempo suficiente para apreciar su contribución a la creación sostenible de valor, de forma que los elementos de medida de ese rendimiento no giren únicamente en torno a hechos puntuales, ocasionales o extraordinarios.

    Cumple [ ] Cumple parcialmente [X] Explique [ ] No aplicable [ ]

La Sociedad considera que cumple parcialmente dado que los criterios considerados en las retribuciones variables son únicamente de contenido económico relacionados principalmente con la generación de valor y rentabilidad al accionista. La Sociedad no considera a día de hoy necesario incluir otros parámetros para el cálculo de los componentes variables de las retribuciones.

59. Que el pago de una parte relevante de los componentes variables de la remuneración se difiera por un período de tiempo mínimo suficiente para comprobar que se han cumplido las condiciones de rendimiento previamente establecidas.

    Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [ ]

60. Que las remuneraciones relacionadas con los resultados de la sociedad tomen en cuenta las eventuales salvedades que consten en el informe del auditor externo y minoren dichos resultados.

    Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [ ]

61. Que un porcentaje relevante de la remuneración variable de los consejeros ejecutivos esté vinculado a la entrega de acciones o de instrumentos financieros referenciados a su valor.

    Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [ ]

62. Que una vez atribuidas las acciones o las opciones o derechos sobre acciones correspondientes a los sistemas retributivos, los consejeros no puedan transferir la propiedad de un número de acciones equivalente a dos veces su remuneración fija anual, ni puedan ejercer las opciones o derechos hasta transcurrido un plazo de, al menos, tres años desde su atribución.

    Lo anterior no será de aplicación a las acciones que el consejero necesite enajenar, en su caso, para satisfacer los costes relacionados con su adquisición.

    Cumple [ ] Cumple parcialmente [X] Explique [ ] No aplicable [ ]

La Sociedad cumple parcialmente esta recomendación, dado que el Plan de incentivación a medio plazo destinado a los Consejeros, y aprobado en la Junta General celebrada en el 2019, que tiene una duración de tres años, establece que las acciones asignadas serán finalmente entregadas tras la Junta General Ordinaria que apruebe las cuentas anuales del tercer año de duración del Plan, siempre que el destinatario siga ligado al Grupo de Empresas; este hecho hace que la atribución de las acciones que se realice en los dos últimos años del Plan no cumplan con el plazo de tres años establecido en la presente Recomendación.

63. Que los acuerdos contractuales incluyan una cláusula que permita a la sociedad reclamar el reembolso de los componentes variables de la remuneración cuando el pago no haya estado ajustado a las condiciones de rendimiento o cuando se hayan abonado atendiendo a datos cuya inexactitud quede acreditada con posterioridad.

    Cumple [ ] Cumple parcialmente [ ] Explique [X] No aplicable [ ]

Los acuerdos contractuales con los consejeros ejecutivos de la Sociedad no incluyen una cláusula que permita a la sociedad reclamar el reembolso de los componente variables de la remuneración cuando el pago no haya estado ajustado a las condiciones de rendimiento o cuando se hayan abonado atendiendo a datos cuya inexactitud quede acreditada con posterioridad.

La Sociedad no considera necesario incluir la mencionada cláusula debido a que el procedimiento interno de verificación del cumplimiento de los componentes variables, por parte del Consejo de Administración y por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, impide que puedan abonarse atendiendo a datos inexactos.

64. Que los pagos por resolución del contrato no superen un importe establecido equivalente a dos años de la retribución total anual y que no se abonen hasta que la sociedad haya podido comprobar que el consejero ha cumplido con los criterios de rendimiento previamente establecidos.

    Cumple [X] Cumple parcialmente [ ] Explique [ ] No aplicable [ ]

H. OTRAS INFORMACIONES DE INTERÉS

1. Si existe algún aspecto relevante en materia de gobierno corporativo en la sociedad o en las entidades del grupo que no se haya recogido en el resto de apartados del presente informe, pero que sea necesario incluir para recoger una información más completa y razonada sobre la estructura y prácticas de gobierno en la entidad o su grupo, detállelos brevemente.

2. Dentro de este apartado, también podrá incluirse cualquier otra información, aclaración o matiz relacionado con los anteriores apartados del informe en la medida en que sean relevantes y no reiterativos.

   En concreto, se indicará si la sociedad está sometida a legislación diferente a la española en materia de gobierno corporativo y, en su caso, incluya aquella información que esté obligada a suministrar y sea distinta de la exigida en el presente informe.

3. La sociedad también podrá indicar si se ha adherido voluntariamente a otros códigos de principios éticos o de buenas prácticas, internacionales, sectoriales o de otro ámbito. En su caso, se identificará el código en cuestión y la fecha de adhesión. En particular, hará mención a si se ha adherido al Código de Buenas Prácticas Tributarias, de 20 de julio de 2010:

La regulación y composición de nuestro Consejo de Administración, de sus Comisiones, normativa aplicable a los órgano de gobierno, derechos de los accionistas, etc se han recogidos en los apartados del presente Informe y pueden encontrar más información en nuestra página web: http://www.telecinco.es.

El presente Informe ha sido verificado por Deloitte, SL.

APARTADO C.1.14

En el apartado C.1.14 se han incluido las retribuciones de la alta dirección de Mediaset España y principales sociedades del Grupo. A continuación se incluyen las retribuciones percibidas por los directivos de Mediaset España en el ejercicio 2019, incluido el director de Auditoría Interna:

Director general contenidos - Villanueva de Castro, Manuel
Director División Tecnologías - Fernández Aranda, Eugenio
Director División Económico financiera - Uria Iglesias, Javier
Director División Antena - Marco Jorge, Patricia
Director de División de Producción de Contenidos - Baltanás, Leonardo
Director de División de Producción de Contenidos - Jaime Guerra González
Director División Cine y Adquisición Derechos - Barrois, Ghislain
Directora de División de Comunicación y Relaciones Externas - Drago, Mirta
Director División Informativos - Valentín Padín, Juan Pedro
Director de División de Informativos Telecinco - Piqueras Gómez, Pedro
Director de Auditoría Interna - Santamaría, Ángel
Director División Producciones Especiales - Silvestroni, Giuseppe
Total: 5.740.551 euros.

Señalar que el número de derechos de acciones otorgados a la alta dirección de Mediaset España asciende a 52.256 miles de euros y a 76.377 el número de derechos de acciones otorgados a la alta dirección del Grupo Mediaset España.

Recomendación 17: Para el cálculo del porcentaje de consejeros independientes sobre el total de los consejeros, no se ha tenido en cuenta al actual consejero externo, el cual ha tenido la calificación de independiente durante 12 años consecutivos pasando a ser considerado como consejero externo por haberse cumplido el plazo máximo legal establecido por la Ley de Sociedades de Capital, sin que haya tenido la condición de dominical o ejecutivo en ningún momento.

Este informe anual de gobierno corporativo ha sido aprobado por el consejo de Administración de la sociedad, en su sesión de fecha:

[26/02/2020]

Indique si ha habido consejeros que hayan votado en contra o se hayan abstenido en relación con la aprobación del presente Informe.

[ ] Sí
[√] No

Mediaset España Comunicación, S.A.

Informe de Auditor referido a la "Información relativa al Sistema de Control Interno sobre la Información Financiera (SCIIF) correspondiente al ejercicio 2019

26 de febrero de 2020

Deloitte.

Deloitte, S.L.
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
Torre Picasso
28020 Madrid
España

Tel: +34 915 14 50 00
www.deloitte.es

Informe de auditor referido a la "Información relativa al Sistema de Control Interno sobre la Información Financiera (SCIIF)" de Mediaset España Comunicación, S.A. correspondiente al ejercicio a 2019.

A los Administradores de
Mediaset España Comunicación, S.A.:

De acuerdo con la solicitud del Consejo de Administración de Mediaset España Comunicación, S.A. (en adelante, la Entidad) y con nuestra carta propuesta de fecha 17/02/2020, hemos aplicado determinados procedimientos sobre la "Información relativa al SCIIF" adjunta incorporada en el Apartado F del Informe Anual de Gobierno Corporativo, "SISTEMAS INTERNOS DE CONTROL Y GESTIÓN DE RIESGOS EN RELACIÓN CON EL PROCESO DE EMISIÓN DE LA INFORMACIÓN FINANCIERA (SCIIF)" de Mediaset España Comunicación, S.A. correspondiente al ejercicio 2019, en el que se resumen los procedimientos de control interno de la Entidad en relación a la información financiera anual.

Los Administradores son responsables de adoptar las medidas oportunas para garantizar razonablemente la implantación, mantenimiento y supervisión de un adecuado sistema de control interno, así como del desarrollo de mejoras de dicho sistema y de la preparación y establecimiento del contenido de la Información relativa al SCIIF adjunta.

En este sentido, hay que tener en cuenta que, con independencia de la calidad del diseño y operatividad del sistema de control interno adoptado por la Entidad en relación con la información financiera anual, éste sólo puede permitir una seguridad razonable, pero no absoluta, en relación con los objetivos que persigue, debido a las limitaciones inherentes a todo sistema de control interno.

En el curso de nuestro trabajo de auditoría de las cuentas anuales y conforme a las Normas Técnicas de Auditoría, nuestra evaluación del control interno de la Entidad ha tenido como único propósito el permitirnos establecer el alcance, la naturaleza y el momento de realización de los procedimientos de auditoría de las cuentas anuales de la Entidad. Por consiguiente, nuestra evaluación del control interno, realizada a efectos de dicha auditoría de cuentas, no ha tenido la extensión suficiente para permitirnos emitir una opinión específica sobre la eficacia de dicho control interno sobre la información financiera anual regulada.

A los efectos de la emisión de este informe, hemos aplicado exclusivamente los procedimientos específicos descritos a continuación e indicados en la Guía de Actuación sobre el Informe del auditor referido a la Información relativa al Sistema de Control Interno sobre la Información Financiera de las entidades cotizadas, publicada por la Comisión Nacional del Mercado de Valores en su página web, que establece el trabajo a realizar, el alcance mínimo del mismo, así como el contenido de este informe. Como el trabajo resultante de dichos procedimientos tiene, en cualquier caso, un alcance reducido y sustancialmente menor que el de una auditoría o una revisión sobre el sistema de control interno, no expresamos una opinión sobre la efectividad del mismo, ni sobre su diseño y su eficacia operativa, en relación a la información financiera anual de la Entidad correspondiente al ejercicio 2019 que se describe en la Información relativa al SCIIF adjunta. En consecuencia, si hubiéramos aplicado procedimientos adicionales a los determinados por la citada Guía o realizado una auditoría o una revisión sobre el sistema de control interno en relación con la información financiera anual regulada, se podrían haber puesto de manifiesto otros hechos o aspectos sobre los que les habríamos informado.

Asimismo, dado que este trabajo especial no constituye una auditoría de cuentas ni se encuentra sometido a la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas vigente en España, no expresamos una opinión de auditoría en los términos previstos en la citada normativa.

Se relacionan a continuación los procedimientos aplicados:

1. Lectura y entendimiento de la información preparada por la entidad en relación con el SCIIF – información de desglose incluida en el Informe de Gestión – y evaluación de si dicha información aborda la totalidad de la información requerida que seguirá el contenido mínimo descrito en el apartado F, relativo a la descripción del SCIIF, del modelo de IAGC según se establece en la Circular nº 5/2013 de 12 de junio de 2013 de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), posteriormente modificada por la Circular nº 7/2015 de 22 de diciembre de 2015 de la CNMV y la Circular 2/2018 de 12 de junio de la CNMV (en adelante, las Circulares de la CNMV).

2. Preguntas al personal encargado de la elaboración de la información detallada en el punto 1 anterior con el fin de: (i) obtener un entendimiento del proceso seguido en su elaboración; (ii) obtener información que permita evaluar si la terminología utilizada se ajusta a las definiciones del marco de referencia; (iii) obtener información sobre si los procedimientos de control descritos están implantados y en funcionamiento en la entidad.

3. Revisión de la documentación explicativa soporte de la información detallada en el punto 1 anterior, y que comprenderá, principalmente, aquella directamente puesta a disposición de los responsables de formular la información descriptiva del SCIIF. En este sentido, dicha documentación incluye informes preparados por la función de auditoría interna, alta dirección y otros especialistas internos o externos en sus funciones de soporte a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

4. Comparación de la información detallada en el punto 1 anterior con el conocimiento del SCIIF de la entidad obtenido como resultado de la aplicación de los procedimientos realizados en el marco de los trabajos de la auditoría de cuentas anuales.

5. Lectura de actas de reuniones del Consejo de Administración, Comisión de Auditoría y Cumplimiento, y otras comisiones de la entidad a los efectos de evaluar la consistencia entre los asuntos en ellas abordados en relación con el SCIIF y la información detallada en el punto 1 anterior.

6. Obtención de la carta de manifestaciones relativa al trabajo realizado adecuadamente firmada por los responsables de la preparación y formulación de la información detallada en el punto 1 anterior.

Como resultado de los procedimientos aplicados sobre la Información relativa al SCIIF no se han puesto de manifiesto inconsistencias o incidencias que puedan afectar a la misma.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en el marco de los requerimientos establecidos por el artículo 540 del texto refundido la Ley de Sociedades de Capital y por las Circulares de la CNMV a los efectos de la descripción del SCIIF en los Informes Anuales de Gobierno Corporativo.

DELOITTE, S.L.

Mª Concepción Iglesias Jiménez
26 de febrero de 2020

DON MARIO RODRIGUEZ VALDERAS, Secretario del Consejo de Administración de la mercantil "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.", sociedad con domicilio en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, n° 4 y C.I.F. A-79075438, por la presente **CERTIFICO** que el Consejo de Administración de esta Sociedad (la "Sociedad"), en su reunión de fecha 26 de febrero de 2020:

1º) Formuló las Cuentas Anuales Consolidadas de "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A." consolidadas con sus sociedades dependientes (comprensivas del Estado de Situación Financiera Consolidado, la Cuenta de Resultados Separada Consolidada, el Estado de Resultado Global Consolidado, el Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidado, el Estado de Flujos de Efectivo Consolidado y las correspondientes notas explicativas) así como el Informe de Gestión consolidado, correspondientes al ejercicio social cerrado el 31 de diciembre de 2019, que constan en las páginas precedentes, impresas a una sola cara.

2º) Formuló el Estado de Información No Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio social cerrado el 31 de diciembre de 2019, que consta en las páginas precedentes.

3°) Instruyó al Secretario del Consejo de Administración, D. Mario Rodríguez Valderas, para que, en nombre del Consejo de Administración, rubricara todas y cada una de las páginas comprensivas de las Cuentas Anuales Consolidadas y del Informe de Gestión Consolidado junto con el Estado de Información No Financiera Consolidado.

_____	_____
D. Alejandro Echevarría Busquet	D. Fedele Confalonieri
Presidente	Vicepresidente
_____	_____
D. Marco Giordani	Dña. Gina Nieri
Vocal	Vocal
_____	_____
D. Niccoló Querci	D. Paolo Vasile
Vocal	Consejero Delegado

D. Borja Prado
Vocal

D. Javier Díez de Polanco
Vocal

Dña. Consuelo Crespo Bofill
Vocal

Dña. Helena Revoredo Delvecchio
Vocal

Dña. Cristina Garmendia Mendizábal
Vocal

D. Massimo Musolino
Vocal

D. Mario Rodriguez Valderas
Vocal-Secretario

Así lo certifico, a todos los efectos legales, con el visto bueno del Presidente, en Madrid, a 26 de Febrero de 2020.

VºBº
El Presidente
D. Alejandro Echevarría Busquet

El Secretario
D. Mario Rodríguez Valderas

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DEL INFORME FINANCIERO Y DEL INFORME SOBRE INFORMACIÓN NO FINANCIERA ANUALES DEL EJERCICIO 2019

Los miembros del Consejo de Administración de "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.", mediante la presente, declaran, hasta donde alcanza su conocimiento:

a) que las cuentas anuales individuales (balance, cuenta de pérdidas y ganancias, estado de cambios en el patrimonio neto, estado de flujos de efectivo y memoria), así como las cuentas anuales consolidadas con sus sociedades dependientes (estado de situación financiera consolidado, la cuenta de resultados separada consolidada, el estado de resultado global consolidado, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado y el estado de flujos de efectivo consolidado y las correspondientes notas explicativas), correspondientes al ejercicio social cerrado a 31 de diciembre de 2019 y elaboradas conforme a los principios de contabilidad aplicables, ofrecen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.", así como de sus sociedades dependientes comprendidas en la consolidación, tomadas en su conjunto;

b) que los informes de gestión complementarios de las cuentas anuales individuales y consolidadas incluyen un análisis fiel de la evolución y los resultados empresariales y de la posición de "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A." y de las sociedades dependientes comprendidas en la consolidación, tomadas en su conjunto, así como la descripción de los principales riesgos e incertidumbres a que se enfrentan;

c) y que el estado de información no financiera de "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A." y de las sociedades dependientes comprendidas en la consolidación, tomadas en su conjunto, recogen fielmente todos los datos exigidos legalmente.

En Madrid, 26 de Febrero de 2020

D. Alejandro Echevarría Busquet
Presidente

D. Fedele Confalonieri
Vicepresidente

D. Marco Giordani
Vocal

Dña. Gina Nieri
Vocal

D. Niccoló Querci
Vocal

D. Paolo Vasile
Consejero Delegado

D. Borja Prado
Vocal

D. Javier Díez de Polanco
Vocal

Dña. Consuelo Crespo Bofill
Vocal

Dña. Helena Revoredo Delvecchio
Vocal

Dña. Cristina Garmendia Mendizábal
Vocal

D. Massimo Musolino
Vocal

D. Mario Rodriguez Valderas
Vocal-Secretario