

**Mediaset España
Comunicación, S.A. y
Sociedades Dependientes**

Cuentas Anuales Consolidadas del
ejercicio terminado el 31 de diciembre
de 2020 e Informe de Gestión, junto con
el Informe de Auditoría Independiente

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 2020, 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 2020, 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 realizadas por el Grupo suponen aproximadamente el 89% del total del importe neto de la cifra de negocios, y se corresponden principalmente con inserciones de anuncios de sus clientes en los espacios de los que el Grupo es propietario.

Dichos ingresos se originan por un alto número de transacciones devengadas diariamente conforme a la efectiva inserción del anuncio y su registro viene igualmente determinado por los términos acordados 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, control de audiencias y registro de ingresos.

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) en relación con los requeridos por el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación.

Litigios y Contingencias

Descripción

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) contra cuya resolución la Sociedad dominante interpuso recurso contencioso administrativo ante la Audiencia Nacional, encontrándose actualmente pendiente de resolverse.

Para cada uno de los litigios y contenciosos la Dirección de la Sociedad Dominante, junto con sus asesores externos, evalúan el riesgo de salida de recursos para el Grupo y, en aquellos casos en los que el riesgo es considerado como probable y sus efectos económicos son cuantificables, dotan las provisiones que consideran adecuadas en función de dicha estimación. Cuando los riesgos se consideran únicamente como posibles, no se registra provisión alguna y los mismos se describen en la memoria.

El área de litigios y contingencias es una cuestión clave para nuestra auditoría, dado que requiere de la realización de juicios y estimaciones relevantes por parte de la Dirección de la Sociedad dominante.

Procedimientos aplicados en la auditoría

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 realizados 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, para los casos que hemos considerado necesario, hemos obtenido la evaluación de 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 en relación a este aspecto y las conclusiones alcanzadas por los administradores.

Otra información: Informe de gestión consolidado

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión consolidado del ejercicio 2020, 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 el informe de gestión consolidado, de conformidad con lo exigido por la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas, consiste en:

a) Comprobar únicamente que el estado de información no financiera consolidado y determinada información incluida en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, a los que se refiere la Ley de Auditoría de Cuentas, se han facilitado en la forma prevista en la normativa aplicable y, en caso contrario, a informar sobre ello.

b) Evaluar e informar sobre la concordancia del resto de la información incluida en el informe de gestión consolidado con las cuentas anuales consolidadas, a partir del conocimiento del Grupo obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas, 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 mencionada en el apartado a) anterior se facilita en la forma prevista en la normativa aplicable y que el resto de la información que contiene el informe de gestión consolidado concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2020 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

Formato electrónico único europeo

Hemos examinado los archivos digitales del formato electrónico único europeo (FEUE) de Mediaset España Comunicación, S.A. y sociedades dependientes del ejercicio 2020 que comprenden el archivo XHTML en el que se incluyen las cuentas anuales consolidadas del ejercicio y los ficheros XBRL, con el etiquetado realizado por la entidad, que formarán parte del informe financiero anual.

Los administradores de Mediaset España Comunicación, S.A. son responsables de presentar el informe financiero anual del ejercicio 2020 de conformidad con los requerimientos de formato y marcado establecidos en el Reglamento Delegado UE 2019/815, de 17 de diciembre de 2018, de la Comisión Europea (en adelante, Reglamento FEUE).

Nuestra responsabilidad consiste en examinar los archivos digitales preparados por los administradores de la Sociedad dominante, de conformidad con la normativa reguladora de la actividad de auditoría de cuentas en vigor en España. Dicha normativa exige que planifiquemos y ejecutemos nuestros procedimientos de auditoría con el fin de comprobar si el contenido de las cuentas anuales consolidadas incluidas en los citados archivos digitales se corresponde íntegramente con el de las cuentas anuales consolidadas que hemos auditado, y si el formato y marcado de las mismas y de los archivos antes referidos se ha realizado, en todos los aspectos significativos, de conformidad con los requerimientos establecidos en el Reglamento FEUE.

En nuestra opinión, los archivos digitales examinados se corresponden íntegramente con las cuentas anuales consolidadas auditadas, y estas se presentan y han sido marcadas, en todos sus aspectos significativos, de conformidad con los requerimientos establecidos en el Reglamento FEUE.

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 24 de febrero de 2021.

Periodo de contratación

La Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 10 de junio de 2020 nos nombró como auditores del Grupo por un período de 1 año, contado a partir del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2019.

Con anterioridad, fuimos designados por acuerdo de la Junta General de Accionistas para el periodo de 3 años y hemos venido realizando el trabajo de auditoría de cuentas de forma ininterrumpida desde el ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2017.

DELOITTE, S.L.

Inscrita en el R.O.A.C. nº S0692



Fernando García Beato

Inscrito en el R.O.A.C. nº 18142

24 de febrero de 2021



DELOITTE, S.L.

2021 Núm. 01/21/01716

SELLO CORPORATIVO: 96,00 EUR

Informe de auditoría de cuentas sujeto a la normativa de auditoría de cuentas española o 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 2020, 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 DependientesESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020
(En miles de euros)

ACTIVO		<u>31/12/2020</u>	<u>31/12/2019</u>
ACTIVO NO CORRIENTE			
Inmovilizado Material	(Nota 6)	49.880	55.372
Inmovilizado Intangible	(Nota 7)	175.396	182.408
Derechos Audiovisuales	(Nota 8)	129.356	170.805
Fondo de Comercio	(Nota 9)	294.508	290.809
Inv. contabiliz. por el Método de la Participac.	(Nota 10)	7.719	8.613
Activos Financieros no corrientes	(Notas 11 y 13.2)	359.753	220.792
Activos por impuestos diferidos	(Nota 18.5)	79.197	69.954
Total activo no corriente		<u>1.095.809</u>	<u>998.753</u>
ACTIVO CORRIENTE			
Existencias		12.986	12.855
Deudores		263.051	247.983
Cientes por ventas y prestaciones de servicios	(Nota 13.2)	250.959	228.677
Cientes, partes vinculadas	(Nota 13.2)	313	601
Deudores varios	(Nota 13.2)	1.443	1.117
Personal	(Nota 13.2)	67	71
Administraciones Públicas	(Nota 18.3)	5.989	1.876
Activos por impuestos corrientes	(Nota 18.3)	4.280	15.641
Otros activos corrientes	(Nota 12)	27.415	32.668
Otros activos financieros corrientes	(Nota 13.2)	4.267	1.894
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	(Nota 14)	321.181	128.993
Total activo corriente		<u>628.900</u>	<u>424.393</u>
TOTAL ACTIVO		<u>1.724.709</u>	<u>1.423.146</u>

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 2020.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades DependientesESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2020
(En miles de euros)

PASIVO Y PATRIMONIO NETO		31/12/2020	31/12/2019
PATRIMONIO NETO	(Nota 15)		
Capital Social		163.718	163.718
Prima de Emisión de acciones		313.234	313.234
Otras Reservas		522.253	319.926
Acciones Propias		(94.038)	(94.554)
Ajustes por cambios de valor		25.740	(1.749)
Resultado del ejercicio atribuible a la Sociedad dominante		178.731	211.713
Total patrimonio neto soc. dominante		1.109.638	912.288
Socios externos		2.272	3.466
Total patrimonio neto		1.111.910	915.754
PASIVO NO CORRIENTE			
Provisiones no corrientes	(Nota 16)	12.608	11.126
Deudas con entidades de crédito no corrientes	(Nota 13.2)	296.763	180.334
Otros pasivos no corrientes	(Nota 13.2)	14.477	6.187
Pasivos por impuesto diferido	(Nota 18.5)	49.551	38.447
Total pasivo no corriente		373.399	236.094
PASIVO CORRIENTE			
Deudas con partes vinculadas	(Nota 13.2)	21.461	17.448
Deudas por compras o prestaciones de servicios	(Nota 13.2)	92.466	118.692
Deudas por compras de Derechos Audiovisuales	(Nota 13.2)	32.771	43.915
Otras deudas no comerciales		44.597	39.048
Deudas con entidades de crédito	(Nota 13.2)	1.075	906
Administraciones Públicas	(Nota 18.3)	23.036	22.323
Acreedores por adquisición de inmovilizado	(Nota 13.2)	1.797	2.762
Remuneraciones pendientes de pago	(Nota 13.2)	14.338	12.732
Otras deudas	(Nota 13.2)	4.351	325
Provisiones corrientes	(Nota 17)	38.533	48.572
Otros pasivos corrientes		9.572	3.623
Total pasivo corriente		239.400	271.298
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO		1.724.709	1.423.146

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 2020.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

CUENTA DE RESULTADOS SEPARADA CONSOLIDADA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020
(En miles de euros)

		<u>31/12/2020</u>	<u>31/12/2019</u>
INGRESOS			
Importe de la cifra de negocios	(Nota 21.1)	825.963	939.001
Ventas		767.760	925.588
Descuentos y Rappels		(29.794)	(40.005)
Prestación de servicios		87.997	53.418
Otros ingresos de explotación		10.684	7.240
Total ingresos de explotación		836.647	946.241
GASTOS			
Reducción de prod. terminados y en curso		(135)	(3.102)
Aprovisionamientos		161.868	208.476
Gastos de personal	(Nota 21.2)	120.567	121.543
Consumo de derechos audiovisuales	(Nota 8)	126.705	135.851
Dotaciones amortización	(Notas 6 y 7)	21.325	20.278
Variación de provisiones del circulante	(Nota 21.3)	817	(1.180)
Otros gastos	(Nota 21.4)	174.975	199.481
Total gastos de explotación		606.122	681.347
Beneficios de explotación		230.525	264.894
Ingreso/(Gasto financiero)	(Nota 21.6)	(1.930)	(320)
Diferencias de cambio	(Nota 21.7)	159	123
Rdo. de Soc. por el método de la participación	(Nota 10)	3.029	2.306
Ingresos/(gastos) de activos financieros no corrientes		(402)	3.606
Beneficio antes de impuestos		231.381	270.609
Impuesto sobre Sociedades	(Nota 18.4)	50.384	56.847
Resultado del ejercicio (Beneficio)		180.997	213.762
Atribuible a:			
Accionistas de la Sociedad dominante		178.731	211.713
Socios Externos	(Nota 15.6)	2.266	2.049
Beneficio por acción	(Nota 22.1)	0,57	0,65
Beneficio por acción diluido	(Nota 22.2)	0,57	0,65

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de esta Cuenta de Resultados Separada Consolidada correspondiente al ejercicio 2020.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DEL RESULTADO GLOBAL CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020
(En miles de euros)

	<u>31/12/2020</u>	<u>31/12/2019</u>
RESULTADO DEL EJERCICIO	<u>180.997</u>	<u>213.762</u>
Ingresos y Gastos reconocidos directamente en Patrimonio Neto a reclasificar en un futuro a la Cuenta de Resultados	-	-
Ingresos y Gastos reconocidos directamente en Patrimonio Neto que no serán reclasificados en un futuro a la Cuenta de Resultados	27.489	(3.569)
RESULTADO GLOBAL DEL EJERCICIO	<u>208.486</u>	<u>210.193</u>
Atribuible a:		
Accionistas de la Sociedad dominante	206.220	208.144
Socios Externos	2.266	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 2020.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO ANUAL TERMINAD (En miles de euros)

	Capital Social	Prima de emisión	Otras Reservas			Acciones Propias	Ajuste por cambio de Valor
			Reserva legal	Otras Reservas	Total otras Reservas		
	(Nota 15.1)	(Nota 15.2)	(Nota 15.3)			(Nota 15.5)	(Nota 15.6)
Balance a 31.12.2019	163.718	313.234	32.744	287.182	319.926	(94.554)	(1.700)
Componentes de otro resultado global	-	-	-	-	-	-	27.000
Resultado del periodo	-	-	-	-	-	-	-
Resultado Global	-	-	-	-	-	-	27.000
Distribución del resultado	-	-	-	211.713	211.713	-	-
Dividendos (Nota 15.4)	-	-	-	-	-	-	-
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	-	-	-	-	-	516	-
Otros movimientos	-	-	-	(9.386)	(9.386)	-	-
Balance a 31.12.2020	163.718	313.234	32.744	489.509	522.253	(94.038)	25.000

	Capital Social	Prima de emisión	Otras Reservas			Acciones Propias	Ajuste por cambio de Valor
			Reserva legal	Otras Reservas	Total otras Reservas		
	(Nota 15.1)	(Nota 15.2)	(Nota 15.3)			(Nota 15.5)	(Nota 15.6)
Balance a 31.12.2018	163.718	313.234	32.744	192.963	225.707	-	1.000
Componentes de otro resultado global	-	-	-	-	-	-	(3.000)
Resultado del periodo	-	-	-	-	-	-	-
Resultado Global	-	-	-	-	-	-	(3.000)
Distribución del resultado	-	-	-	200.326	200.326	-	-
Dividendos (Nota 15.4)	-	-	-	(99.958)	(99.958)	-	-
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	-	-	-	-	-	(94.554)	-
Otros movimientos	-	-	-	(6.149)	(6.149)	-	-
Balance a 31.12.2019	163.718	313.234	32.744	287.182	319.926	(94.554)	(1.700)

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL
TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020
(En miles de euros)

		31/12/2020	31/12/2019
TESORERÍA PROCEDENTE DE LA ACTIVIDAD OPERATIVA			
Beneficio neto antes de impuestos		<u>231.381</u>	<u>270.609</u>
<i>Ajustes</i>			
Consumo de derechos audiovisuales	(Nota 8)	126.705	135.851
Amortizaciones y depreciaciones	(Notas 6 y 7)	21.325	20.278
Resultado por soc. por puesta en equivalencia método de la participación	(Nota 10)	(3.029)	(2.306)
Variación provisiones circulante	(Nota 21.3)	817	(1.180)
Variación provisiones por riesgos y gastos y otros		(943)	4.589
Gasto financiero neto	(Nota 21.6)	1.930	320
Diferencias de cambio neto	(Nota 21.7)	(159)	(123)
Bajas de otros activos	(Nota 6)	1.338	212
Resultado por enajenación de otros activos financieros	(Nota 21.9)	402	(3.606)
Beneficio de explotación antes de cambios en el circulante		<u>379.767</u>	<u>424.644</u>
<i>Variación en activos y pasivos operativos neto de efectos derivados de adquisición de nuevas inversiones</i>			
Existencias		(131)	(3.101)
Cuentas a cobrar		(21.994)	(6.778)
Otros activos corrientes		9.806	(30.304)
Acreedores		(22.213)	11.762
Otros pasivos corrientes y no corrientes		21.008	(1.370)
Variación provisiones de pasivo		(10.039)	8.423
Tesorería procedente de las actividades operativas		<u>356.204</u>	<u>403.276</u>
Impuestos pagados en origen	(Nota 18.4)	(37.781)	(40.729)
Otros pagos/cobros		(40)	(3.069)
Tesorería neta procedente de las actividades operativas (A)		<u>318.383</u>	<u>359.478</u>
TESORERÍA PROCEDENTE DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN			
Adquisición inmovilizado material		(7.903)	(7.625)
Adquisiciones de derechos audiovisuales		(98.902)	(176.426)
Desinversión de derechos audiovisuales	(Nota 8)	2.503	4.746
Adquisición en inmovilizado inmaterial	(Nota 7)	(3.916)	(2.526)
Inversión/Desinversión en inmovilizado financiero		-	3.606
Inversión/Desinversión en asociadas/otros activos financieros		(60.500)	(172.630)
Inversión/Desinversión en activos financieros no corrientes	(Nota 10)	(2.167)	87
Inversión en empresas del grupo		(4.928)	(8.524)
Dividendos recibidos	(Nota 10)	4.062	1.696
Intereses recibidos		-	133
Tesorería neta procedente de la venta de inversiones financieras		689	1.340
Tesorería neta aplicada a las operaciones de inversión (B)		<u>(171.062)</u>	<u>(356.123)</u>
TESORERÍA APLICADA A LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN			
Financiación a largo plazo	(Nota 11)	48.749	153.646
Intereses pagados		(859)	(759)
Dividendos pagados		-	(99.958)
Financiación a corto plazo		169	(16)
Compra acciones propias	(Nota 15.5)	(566)	(94.554)
Operaciones de patrimonio		(2.785)	1.419
Tesorería neta aplicada en las actividades de financiación (C)		<u>44.708</u>	<u>(40.222)</u>
Incremento/Decremento de tesorería y otros activos equivalentes [D=A+B+C]		<u>192.029</u>	<u>(36.867)</u>
Efecto de la variación del tipo de cambio	(Nota 21.7)	<u>159</u>	<u>123</u>
Variación neta en tesorería y otros activos equivalentes		<u>192.188</u>	<u>(36.744)</u>
Efectivo y otros activos equivalentes al principio del ejercicio	(Nota 14)	<u>128.993</u>	<u>165.737</u>
Efectivo y otros activos equivalentes al final del ejercicio	(Nota 14)	<u>321.181</u>	<u>128.993</u>

Las Notas 1 a 24 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado de Flujos de Efectivo Consolidado del ejercicio 2020.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

MEMORIA DE LAS CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS DEL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

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, nº4, 28049 Madrid (España).

La Sociedad tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. Al 31 de diciembre de 2020 explota comercialmente siete canales de Televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y Be Mad), siendo el domicilio de sus oficinas la carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº4. 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).

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

- 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 (España), pasando a formar parte del índice IBEX-35 el 3 de enero de 2005, hasta el 22 de junio de 2020.

La actividad del Grupo se centra en la explotación publicitaria de los canales de televisión de los que es concesionaria 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: Fusión Transfronteriza y segregación previa

En relación el proceso de fusión tripartita por absorción de Mediaset España Comunicación, S.A. (la “**Sociedad**” o “**Mediaset España**”) y Mediaset S.p.A. por parte de Mediaset Investment N.V. (la “**Fusión**”), ésta fue aprobada en la Junta General Extraordinaria de accionistas de la Sociedad, que se celebró el 4 de septiembre de 2019, en los términos previstos en el proyecto de fusión que el Consejo de Administración había suscrito y aprobado en su reunión de 7 de junio de 2019 (los “**Acuerdos de Fusión**”).

Como consecuencia de la impugnación por parte de Vivendi, S.A. (“**Vivendi**”) de los Acuerdos de Fusión y de la simultánea solicitud de medidas cautelares, la efectividad de dichos Acuerdos de Fusión quedó suspendida mediante Auto del Juzgado Mercantil nº 2 de Madrid de fecha 10 de octubre de 2019 (el “**Auto de Suspensión**”).

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

A la vista de las consideraciones recogidas en el citado Auto de Suspensión y de la situación generada como consecuencia de las acciones legales emprendidas por Vivendi, también en Italia, el Consejo de Administración de la Sociedad, en su reunión de 28 de noviembre de 2019, acordó seguir el criterio seguido por Mediaset S.p.A. a partir de las indicaciones promovidas por el Tribunal de Milán y, por consiguiente, proponer a los accionistas de la Sociedad la aprobación de determinadas modificaciones a los Acuerdos de Fusión.

La Junta General Extraordinaria de accionistas de la Sociedad convocada a tal efecto se celebró el 5 de febrero de 2020 y en ella se adoptó el acuerdo de modificar ciertos extremos de los estatutos sociales de MFE - MEDIAFOREUROPE N.V. como sociedad resultante de la Fusión, así como de los “Términos y Condiciones de las Acciones Especiales de Voto”, de los “Términos y Condiciones para la Asignación Inicial de las Acciones Especiales de Voto A – Mediaset” y de los “Términos y Condiciones para la Asignación Inicial de las Acciones Especiales de Voto A – Mediaset España” (los “**Acuerdos de Regularización**”).

A la vista de la aprobación de los Acuerdos de Regularización, la Sociedad solicitó el archivo parcial del procedimiento y, asimismo, el alzamiento de las medidas cautelares, dado que estos mismos Acuerdos de Regularización adoptados por la Junta General Extraordinaria de Mediaset S.p.A., con fecha 10 de enero de 2020, habían permitido que el Tribunal de Milán alzase las medidas cautelares decretadas en Italia sobre los Acuerdos de Fusión.

El archivo parcial fue desestimado por el Juzgado con fecha 12 de junio de 2020.

Con anterioridad, con fecha 29 de abril de 2020, Vivendi interpuso una nueva demanda de juicio ordinario, también ante el Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Madrid, impugnando los Acuerdos de Regularización y solicitando la adopción de medidas cautelares sobre éstos. El Juzgado acordó acumular este nuevo procedimiento al inicial en curso, y de igual modo acumular la nueva petición de medidas cautelares de Vivendi a la petición de levantamiento de las medidas cautelares efectuada por Mediaset España. La vista conjunta de ambas peticiones tuvo lugar el pasado 1 de julio de 2020.

Con fecha 30 de julio de 2020, ha sido notificado el Auto dictado por el Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Madrid el 28 de julio de 2020, mediante el cual, entre otros pronunciamientos, se desestima la solicitud de Mediaset España de alzamiento de las medidas cautelares acordadas en el Auto de Suspensión, manteniéndose con ello la suspensión de los Acuerdos de Fusión (el “**Auto de Ratificación**”).

Por esta razón, el Consejo de Administración de la Sociedad acordó, en su reunión celebrada el pasado 5 de agosto, cesar en todas las actuaciones de la Sociedad para consumar la Fusión y desistir de ésta, de forma paralela a la decisión tomada, con esa misma fecha, por el Consejo de Administración de Mediaset S.p.A.

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Cuentas Anuales, Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo. Las sociedades consolidadas del Grupo son:

Sociedades consolidadas por integración global	País	2020	2019
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.	España	100%	100%
Netsonic, S.L.U. (1)	España	100%	100%
Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, S.A.U.	España	100%	100%
El Desmarque Portal Deportivo, S.L. (3)	España	60%	60%
Megamedia Televisión, S.L.U. (3)	España	100%	65%
Supersport Televisión, S.L. (3)	España	62,50%	62,50%
Aninpro Creative, S.L. (1)	España	51%	-
Be a Iguana, S.L.U. (8)	España	51%	-
Sociedades integradas por el método de la participación	País	2020	2019
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%
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%	40%
Pagoeta Media, S.L.U. (6)	España	40%	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%
Fénix Media Audiovisual, S.L. (3)	España	40%	-
Campanilla Films, S.L. (7)	España	30%	-
Negocios Conjuntos	País	2020	2019
Telefónica Broadcast, S.L.U.–Supersport Televisión, S.L. (U.T.E.) (5)	España	50%	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.

(7) La participación en esta Sociedad es a través de Producciones Mandarina, S.L.

(8) La participación en esta Sociedad es a través de Aninpro Creative, S.L.

Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020

- El 10 de marzo de 2020 el Grupo ha adquirido una participación del 40% en la Sociedad Fénix Media Audiovisual, S.L., dicha sociedad pasa a integrarse por el método de la participación.
- En Julio de 2020 el Grupo ha adquirido una participación del 51% en la Sociedad Aninpro Creative, S.L., dicha sociedad pasa a integrarse en el Grupo por el método de integración global.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

- En fecha 26 de octubre de 2020 la Sociedad Producciones Mandarina, S.L. (integrada al 30%) ha constituido una Sociedad participada al 100% Campanilla Films, S.L., pasa a integrarse esta participación en el Grupo, por el método de la participación.
- En noviembre de 2020 la Sociedad Aninpro Creative, S.L. (integrada al 51%) ha constituido una sociedad participada al 100% Be a Iguana, S.L.U., pasando a integrarse globalmente esta sociedad.
- En fecha 16 de diciembre de 2020 el Grupo ha adquirido el 35% que le restaba, de la sociedad Megamedia Televisión, S.L.U. con lo que el Grupo consolida una participación del 100% en la sociedad.

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%, pasó 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%, pasó 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., pasó 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 integró 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., pasó a integrarse esta participación en el grupo, por el método de la participación.

1.4. Aspectos relevantes del período: Impactos del COVID 19

Desde la aparición de los primeros síntomas de transmisión comunitaria del covid 19 a partir de la última semana de febrero, el impacto de la pandemia en todo el mundo resultó ser de una magnitud sin precedentes tanto por lo que se refiere al ámbito de la salud pública, con cifras de contagiados que a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales se acercan a los ciento diez millones de personas en todo el mundo, como en el de la actividad económica que, en el caso de España y por lo que al PIB respecta, se estima habrá registrado en 2020 una contracción del 11%.

El motivo fundamental de esta profunda desaceleración económica tiene que ver con el impacto de confinamiento generalizado que sufrió el país entre abril y junio y que el

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

desconfinamiento posterior no ha conseguido mínimamente compensar por las restricciones parciales que tuvieron que ponerse en práctica en muchas partes del país al ponerse de manifiesto la existencia de una segunda ola de covid 19, con el impacto consiguiente en sectores claves de nuestra economía muy dependientes de la movilidad, de manera que los rebotes experimentados en el tercer y cuarto trimestres del año no han sido suficientes para impedir que la caída del PIB en el año alcanzara el doble dígito

Así, la aparición de nuevas olas a consecuencia de procesos de relajación en las medidas de seguridad y también el descubrimiento de nuevas cepas del virus han dibujado en el final de 2020 y el comienzo de 2021 un panorama de incertidumbre en relación a cuándo se estará en grado de controlar la pandemia que sólo se irá aclarando en la medida en la que se vaya observando la eficacia de las vacunas que ya se han empezado a distribuir y cuya dosificación está ligada tanto a la edad como a las actividades profesionales que implican mayor sensibilidad al contagio.

Por lo que a Mediaset España Comunicación, S.A. respecta, nuestra reacción ante el azote de la pandemia fue rápida y profunda; enseguida comprendimos que con la declaración del estado de alarma el 14 de marzo de 2020 y el subsiguiente confinamiento de la población, nuestro negocio pasó a convertirse en un servicio esencial tanto por la vertiente de la información como por la del entretenimiento y que se requerían medidas muy ágiles y efectivas para garantizar un servicio audiovisual integral a nuestros espectadores y también la seguridad y la salud de nuestros empleados y trabajadores en un modelo de negocio donde, como es el nuestro, predominan los programas en directo.

La primera medida que se tomó tras la declaración del estado de alarma fue la organización de la actividad en la modalidad de teletrabajo para todas aquellas funciones no directamente relacionadas con la producción de programas que requieren de trabajo presencial, habiendo logrado una funcionalidad óptima a través de proporcionar a los empleados las herramientas y equipos técnicos para el desarrollo de sus funciones así como los sistemas de comunicación necesarios para su normal desenvolvimiento.

De manera simultánea, se activaron protocolos extraordinarios de salud, limpieza e higiene tanto para los trabajadores en actividad presencial como para los colaboradores y visitantes de las instalaciones, arbitrando medidas de distanciamiento en las zonas comunes así como en los comedores y cafeterías e instaurando el uso de mascarillas entre el personal.

Mediaset España Comunicación, S.A., se ha convertido en la primera compañía del sector de la Comunicación en obtener el certificado AENOR por sus sistemas de prevención frente al covid 19.

Este sello avala la efectividad de los protocolos puestos en marcha por la compañía para garantizar la salud de las personas y la sostenibilidad de la actividad empresarial y certifica que cumplen con las directrices y criterios establecidos por el Ministerio de Sanidad en materia de prevención e higiene frente a esta enfermedad.

Para la concesión de este certificado, AENOR ha valorado aspectos como la gestión de riesgos específicos en la organización, la gestión de la salud laboral, las buenas prácticas de limpieza e higiene, las medidas organizativas, las medidas de protección, formación,

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

información y comunicación, así como la gestión de la crisis y la continuidad de la actividad.

Cabe también reseñar que, por motivos de prudencia a la vista de la situación sanitaria, se interrumpió la producción de series y de películas que se tenía planeado acometer hasta que el panorama por lo que se refiere al covid 19 no se haya normalizado, lo que se ha extendido también al estreno de películas producidas por nuestro Grupo y a las que se ha aplicado una moratoria que estará en vigor hasta 2021. Todo esto, sin embargo, no ha afectado ni a nuestra programación ni a nuestras métricas básicas de negocio (audiencia, participación en el mercado de la publicidad) gracias a contar no sólo con una librería potente sino también con una variedad de géneros compuesta de productos atractivos para el espectador.

La primera consecuencia del covid 19 fue un incremento sin precedentes en las cifras de consumo de TV, alcanzándose cifras récord que no se habían visto desde la crisis de 2008-2013 e incluso llegando a superarlas

Por otro lado, y como es lógico considerando la correlación existente entre las variables macroeconómicas (singularmente el consumo privado) y los ingresos de publicidad TV que (aunque su peso relativo esté disminuyendo con el paso del tiempo) aún hoy conforman la mayor parte de la facturación de nuestro Grupo, los ingresos publicitarios del sector TV descendieron de manera muy significativa en el año hasta alcanzar registros que, según los datos de i2P recientemente publicados, suponen un 17,9% de caída en el año.

La reacción de Mediaset España Comunicación, S.A. frente a esa caída consistió en realizar una intervención decidida sobre los costes de manera que, manteniendo tanto el compromiso de servicio público que la situación sanitaria excepcional ha requerido como nuestra vocación de liderazgo dentro del sector, nos permitiera acompasar éstos a la nueva realidad de mercado aprovechando para ello tanto nuestra capacidad de creación de contenidos propios como la experiencia en gestionar situaciones disruptivas de negocio.

La evolución de los acontecimientos durante el año, especialmente a partir del fin del confinamiento en el mes de junio, puso de manifiesto que, sobre la base de las elevadas cifras de consumo de TV antes mencionadas que, a su vez, eran indicativas de la fortaleza de la televisión como medio de comunicación central en tiempos de pandemia, los anunciantes volvieron al mercado a medida que la situación económica apuntaba a una recuperación tras los estragos de la primera ola. Así, la evolución del mercado publicitario mejoró considerablemente durante la segunda parte del año, si bien el peso de los meses de confinamiento e inactividad ha provocado que, en términos de año completo, la caída haya sido sin precedentes.

En el agregado del ejercicio, la combinación de una política de actuación tempestiva y eficaz sobre los costes y una relativa normalización del mercado publicitario en la segunda parte del año a lomos de un consumo de TV al alza ha posibilitado la obtención de unos márgenes de explotación y un resultado neto muy positivo considerando las duras condiciones de mercado provocadas por el covid 19.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Por otro lado, el Grupo ha mantenido intacta la fuerza laboral, sin acometer ningún reajuste de plantilla ni tampoco acogerse a los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (ERTEs) disponibles según la legislación de emergencia en el ámbito laboral.

En cuanto a los aspectos financieros, de crédito y de tesorería, cabe reseñar que el Grupo Mediaset ha sido igualmente capaz de generar un flujo de tesorería positivo de 200 millones de euros en el año, a pesar de haber sido éste sin ningún paliativo el período de peor comportamiento de la economía española desde que se cuenta con datos disponibles. De esta manera, la tesorería del Grupo disponible a 31 de diciembre de 2020 superó los 321 millones de euros (véase Nota 14) a los que hay que añadir los 300 millones de euros correspondientes a las líneas de crédito no dispuestas (véase Nota 13.2) para un total de recursos de financiación de más de 500 millones de euros que nos ponen en situación de mirar el futuro desde una posición de fortaleza financiera fundamentada en años de una gestión prudente y ordenada que nos ha permitido resistir el golpe de una crisis tan profunda como inesperada. La incertidumbre sobre las sucesivas oleadas y nuevas cepas del covid 19, así como la velocidad de distribución de las vacunas continúan a esta fecha, pero nuestra sociedad está preparada para hacer frente incluso a los escenarios de mayor lentitud en la recuperación de la normalidad económica.

En cuanto al riesgo de crédito, una vez más ha quedado demostrado que los ajustes en el mercado de la publicidad en TV se producen predominante y casi exclusivamente a través de las cifras de venta y no de la morosidad, cuyos números reflejan una incidencia mínima y prácticamente sin variaciones respecto al periodo pre-covid, lo que ha originado la no necesidad de registro de provisión relevante alguna.

Por otra parte, el Consejo de Administración acordó en su reunión del 26 de febrero de 2020 la no distribución de dividendos ordinarios con cargo a los resultados de 2019, decisión que fue ratificada por la Junta General Ordinaria de Accionistas en su reunión del pasado 10 de junio de 2020.

Con referencia a la activación de pérdidas y deducciones fiscales que lucen en nuestro balance, tanto la rotación de las mismas en los últimos ejercicios como el nivel de las mismas y también las expectativas de utilización en un horizonte temporal razonable incluso bajo las hipótesis más negativas acerca de la recuperación de los ingresos muestran que su recuperación está asegurada. En este sentido, cabe destacar que las pérdidas fiscales compensables prácticamente se han utilizado en su totalidad a fecha 31 de diciembre de 2020.

Idéntica conclusión se alcanza en el cálculo del valor recuperable del Fondo de Comercio asociado a la Unidad Generadora de Caja (UGC) correspondiente al negocio de Televisión en Abierto, para cuyo cálculo se ha tomado en consideración las Proyecciones aprobadas por el Consejo de Administración en coincidencia con la formulación de estas Cuentas Anuales Consolidadas Condensadas y de las que se desprende un valor de recuperación superior a su valor en libros con un diferencial positivo que se mantendría incluso bajo escenarios muy pesimistas sobre la evolución del negocio en el futuro.

SOCIEDADES DEPENDIENTES

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 las 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.U.

La empresa Megamedia Televisión, S.L.U. 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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

Aninpro Creative, S.L.

La empresa Aninpro Creative, S.L. tiene como domicilio social en Madrid, Calle Fernández de la Hoz, 52, 4ªA.

Su objeto social es la comercialización de acciones y productos de contenido y de publicidad sobre propiedades y plataformas existentes, como por ejemplo las redes sociales, medios de comunicación o personas físicas, en su sentido más amplio; el desarrollo de tecnología orientada a la creación y comercialización de productos publicitarios y comerciales innovadores; la prestación de servicios de consultoría a marcas comerciales y a medios de comunicación, relacionada con inversiones publicitarias o estructuras comerciales en su sentido más amplio.

4. Consolidación por integración global (participadas directamente por Aninpro Creative, S.L.)

Be a Iguana, S.L.U.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

La empresa Be a Iguana, S.L.U. tiene como domicilio social en Madrid, Calle Zurbarán, 16.

Su objeto social es comercialización y gestión de acciones de publicidad y patrocinio sobre propiedades ya existentes, tales como redes sociales.

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

Sociedad	2020	2019	Actividad
Producciones Mandarin, 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.
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%	40%	Actividades de grabación de sonido y edición musical.
Alea La Maleta, S.L. Avda. Alfonso XIII, 1 28002 Madrid	40%	40%	Artes escénicas.
Fénix Media Audiovisual, S.L. Carretera Fuencarral a Alcobendas, km.4 28049 Madrid	40%	-	Creación, adquisición, producción, coproducción, edición, rodaje o grabación, reproducción, emisión, difusión, distribución, comercialización y explotación en cualquier forma de cualesquiera obras o grabaciones, sonoras, audiovisuales, escritas o informáticas, así como de los derechos relativos.
Campanilla Films, S.L. C/ María Tubau, 5 Puerta 4 28050 Madrid	30%	-	Actividades de producción cinematográfica y de vídeo.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Sociedad	2020	2019	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.

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

Sociedad	2020	2019	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.

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 comenzó una nueva inversión en una Unión Temporal de Empresas a través de su sociedad participada Supersport Televisión, S.L.

Sociedad	2020	2019	Actividad
----------	------	------	-----------

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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%	50%	Servicio técnico y de gestión y producción de contenidos para Real Madrid Media.
---	-----	-----	--

La integración en los estados financieros consolidados de esta inversión se realiza 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 integró 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 2020 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 2020 han sido formuladas:

- Por los Administradores, en reunión de su Consejo de Administración celebrado el día 24 de febrero de 2021.
- 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 2020 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 y 2019 (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 2020 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 2020.

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 2020, salvo

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

aquellas que han sido modificadas por la primera aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera.

Modificaciones a la NIC 1 y NIC 8 – Definición de “materialidad”

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 – Fase 1

Modificaciones a la NIIF 9, NIC 39 y NIIF 7 relacionada con la reforma en curso de los índices de referencia (primera fase).

Modificaciones a la NIIF 3 – Definición de negocio

Clarificaciones en relación a la definición de negocio.

Modificación a la NIIF 16 Arrendamientos (1 de junio de 2020)

Modificación para facilitar a los arrendatarios la contabilidad de las mejoras de alquiler relacionados con el covid 19.

Ninguna de estas modificaciones ha supuesto impacto significativo alguno para el Grupo.

b) Normas e interpretaciones 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 NIIF 9, NIC 39, NIIF 7, NIIF 4 y NIIF 16 – Reforma de los tipos de interés de referencia – Fase 2 (1 de enero de 2021)

Modificaciones a la a la NIIF 9, NIC 39, NIIF 7, NIIF 4 y NIIF 16 – Reforma de los tipos de interés de referencia (segunda fase).

Modificaciones a la NIIF 4. Diferimiento de la aplicación de la NIIF 9 (1 de enero de 2021)

Diferimiento de la aplicación de la NIIF 9 hasta 2023.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Modificaciones a la NIIF 3. Referencia al marco conceptual (1 de enero de 2022)

Se actualiza la NIIF 3 para alinear las definiciones de activo y pasivo en una combinación de negocios con las contenidas en el marco conceptual.

Modificaciones a la NIC 16. Ingresos obtenidos antes del uso previsto (1 de enero de 2022)

La modificación prohíbe deducir del coste de un inmovilizado material cualquier ingreso obtenido de la venta de los artículos producidos mientras la entidad está preparando el activo para su uso previsto.

Modificaciones a la NIC 37. Contratos onerosos – Coste de cumplir un contrato (1 de enero de 2022)

La modificación explica que el coste directo de cumplir un contrato comprende los costes incrementales de cumplir ese contrato y una asignación de otros costes que se relación directamente con el cumplimiento del contrato.

Mejoras a las NIIF Ciclo 2018 – 2020 (1 de enero de 2022)

Modificaciones menores a la NIIF 1, NIIF 9, NIIF 16 y NIC 41.

Modificación a la NIC 1 – Clasificación de pasivos como corrientes o no corrientes (1 de enero de 2023)

Clarificaciones respecto a la presentación de pasivos como corrientes o no corrientes

NIIF 17 Contratos de seguros y sus modificaciones (publicada en mayo de 2017 y en junio de 2020 las modificaciones) (1 de enero de 2023)

Reemplaza a la NIIF 4 y recoge los principios de registro, valoración, presentación y desglose de los contratos de seguros con el objetivo de que se 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.

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

En la elaboración de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio 2020 se han utilizado determinadas estimaciones e hipótesis en función de la mejor información disponible al 31 de diciembre de 2020 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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)	142.506
Total	<u>142.506</u>

Aplicación

Reservas	142.506
Total	<u>142.506</u>

Limitaciones para la distribución de dividendos

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

La Junta General de Accionistas Ordinaria celebrada el 10 de junio acordó repartir el resultado generado en 2019 a reservas en su totalidad.

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 2020. 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:

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

- 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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:

	<u>Coeficiente</u>
Construcciones	3 %
Maquinaria técnica TV	20 %
Instalaciones	10 %

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Uillaje	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 si, 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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

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.

Su imputación a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada se realiza en el epígrafe de consumo de derechos y se lleva a cabo desglosando el mismo de la siguiente forma:

El valor comercial, estimado en un 28% del coste total, se amortiza al producirse la venta aplicándose a los ingresos por dicha transacción. De no producirse venta alguna el citado valor se amortiza linealmente en un periodo de 3 años desde la disponibilidad de las producciones.

El valor de emisión, estimado en un 72% del coste total, se amortiza en función del número de pases emitidos, según el siguiente criterio:

- Producción seriada de duración inferior a 60 minutos

Primer pase: 100% del valor amortizable.

- Producción seriada de duración igual o superior a 60 minutos

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 transfiera 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 y 2019 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 2020 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 2020 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:

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

- 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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 no se han producido variaciones en el grupo de consolidación fiscal.

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 y 2019 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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

6. Inmovilizado Material

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2020 y el 31 de diciembre de 2019 que componen el inmovilizado material son los siguientes:

	Saldo 31.12.18	Altas	Bajas y otros	Trasposos	Saldo 31.12.19	Altas
COSTE						
Terrenos y bienes naturales	14.970	-	-	-	14.970	
Edificios y otras construcciones	40.062	151	-	314	40.527	29
Maquin. técnica, instalac. y utillaje	105.486	1.043	(3.833)	3.622	106.318	1.12
Mobiliario y enseres	5.121	252	(479)	-	4.894	13
Equipos procesos de información	14.909	1.127	(809)	2.669	17.896	1.55
Otro Inmovilizado	2.121	41	(20)	(1.561)	581	5
Inmovilizado en curso	3.660	2.923	-	(5.044)	1.539	2.09
Derechos de uso	-	2.932	(218)	-	2.714	1.68
Total coste	186.329	8.469	(5.359)	-	189.439	6.93
AMORTIZACIÓN ACUMULADA						
Edificios y otras construcciones	(28.594)	(872)	-	-	(29.466)	(81)
Maquin. técnica, instalac. y utillaje	(82.288)	(7.152)	3.822	-	(85.618)	(7.23)
Mobiliario y enseres	(3.748)	(274)	475	-	(3.547)	(27)
Equipos procesos de información	(13.299)	(1.593)	829	-	(14.063)	(1.81)
Otro Inmovilizado	(482)	(31)	18	-	(495)	(3)
Derechos de uso	-	(878)	-	-	(878)	(91)
Total Amortizaciones	(128.411)	(10.800)	5.144	-	(134.067)	(11.09)
VALOR NETO CONTABLE	57.918		(215)		55.372	

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Las altas en los ejercicios 2020 y 2019 se deben fundamentalmente a la compra de instalaciones técnicas y otros equipos procesos de información adquiridos para el desarrollo continuo del negocio.

Las altas producidas en inmovilizado en curso en los ejercicios 2020 y 2019 se deben principalmente a la compra de instalaciones técnicas.

De las altas de amortización en 2020 se han deducido 695 miles de euros correspondientes a la activación de trabajos realizados por la empresa para la producción de series de ficción (1.331 miles de euros en el ejercicio 2019).

Las bajas en los ejercicios 2020 y 2019 corresponden en su mayoría a la retirada de elementos totalmente amortizados y fuera de uso. Durante el ejercicio 2020 se han dado de baja elementos de inmovilizado material por un valor neto contable de 1.338 miles de euros, generándose una pérdida en dichas transacciones por el citado importe (215 miles de euros para el 2019).

El importe de los bienes totalmente amortizados y en uso a 31 de diciembre de 2020 y a 31 de diciembre de 2019 es el siguiente:

	31.12.2020	31.12.2019
Construcciones	14.460	13.098
Equipos para procesos de información	11.731	10.797
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	63.438	63.533
Mobiliario	2.335	2.128
Otro inmovilizado	420	424
Total	92.384	89.980

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, entendiéndose que dichas pólizas cubren de manera suficiente los riesgos a los que están sometidos.

El Grupo no tiene al 31 de diciembre de 2020 ni a 31 de diciembre de 2019 elementos en contratos de arrendamiento financiero.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

7. Inmovilizado Intangible

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2020 y 31 de diciembre de 2019 incluidas en el epígrafe de inmovilizado intangible son los siguientes:

	Saldo 31.12.18	Altas	Bajas y Otros	Trasposos	Saldo 31.12.19	Altas
COSTE						
Licencias transmisión señal Cuatro	85.000	-	-	-	85.000	-
Concesiones, patentes y marcas	160.075	3.839	(51)	-	163.863	2.043
Aplicaciones Informáticas	29.120	1.215	(445)	3.299	33.189	759
Aplicaciones Infor. en curso	2.261	1.311	-	(3.299)	273	1.114
Total coste	276.456	6.365	(496)	-	282.325	3.916
AMORTIZACIÓN ACUMULADA						
Concesiones, patentes y marcas	(64.057)	(8.193)	35	-	(72.215)	(8.193)
Aplicaciones Informáticas	(25.535)	(2.616)	449	-	(27.702)	(2.735)
Total Amortizaciones	(89.592)	(10.809)	484	-	(99.917)	(10.928)
Provisiones	(15)	-	15	-	-	-
VALOR NETO CONTABLE	186.849		3		182.408	

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Las altas producidas en aplicaciones informáticas en curso en los ejercicios 2020 y 2019 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 la participación del 60% de la sociedad El Desmarque Portal Deportivo, S.L. (véase nota 1.3); dentro del epígrafe "Concesiones, patentes y marcas", se incluyeron altas en inversión por importe de 3.839 miles de euros. La vida útil identificada de este activo es de 20 años.

En el ejercicio 2020, debido a la asignación de activos por la adquisición en junio de este ejercicio de la participación del 51% de la sociedad Aninpro Creative, S.L. (véase nota 1.3), cuyo nombre comercial reconocido es "Be a Lion"; dentro del epígrafe "Concesiones, patentes y marcas", se incluyeron altas en inversión por importe de 2.043 miles de euros. La vida útil identificada de este activo es de 5 años.

Las bajas en los ejercicios 2020 y 2019 corresponden en su mayoría a la retirada de elementos totalmente amortizados y fuera de uso. Durante el ejercicio 2020 se han dado de baja elementos de inmovilizado intangible que no estaban totalmente amortizados por un valor neto contable de 0 miles de euros (3 miles de euros para el 2019). No se registraron bajas en el ejercicio anterior.

Del neto de la partida "Concesiones, patentes y marcas", el 93,6% corresponde a la marca Cuatro.

Al 31 de diciembre de 2020 y 31 de diciembre de 2019 los importes de los bienes totalmente amortizados y en uso del inmovilizado intangible han sido los siguientes:

	31.12.2020	31.12.2019
Aplicaciones informáticas	25.961	23.561
Concesiones, patentes y marcas	22	22
Total	25.983	23.583

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

8. Derechos Audiovisuales

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2020 y el 31 de diciembre de 2019 incluidas en el epígrafe de derechos audiovisuales son los siguientes:

	Saldo 31.12.18	Altas	Bajas	Trasposos Otros	Saldo 31.12.19	Altas
COSTE						
Derechos producción ajena	371.811	86.704	(114.417)	902	345.000	53.91
Masters	7	-	-	-	7	
Doblajes	12.692	4.512	(824)	-	16.380	3.34
Derechos de Coproducción	205.291	2.279	(4.320)	9.473	212.723	1.55
Derechos de producciones propias	1.486.977	53.504	-	4.697	1.545.178	23.52
Derechos de distribución	29.477	-	-	-	29.477	
Otros trabajos auxiliares	749	-	-	-	749	
Dchos. opciones, guiones, desarr.	2.251	933	(426)	(946)	1.812	43
Gastos de puesta en marcha	158	-	-	-	158	
Anticipos	10.897	25.172	-	(14.126)	21.943	4.99
Total Coste	2.120.310	173.104	(119.987)	-	2.173.427	87.75
AMORTIZACIÓN ACUMULADA						
Derechos producción ajena	(273.233)	(82.530)	114.417	-	(241.346)	(79.12)
Masters	(7)	-	-	-	(7)	
Doblajes	(12.005)	(2.508)	824	-	(13.689)	(2.73)
Derechos de Coproducción	(198.435)	(7.473)	-	-	(205.908)	(11.61)
Derechos de producciones propias	(1.450.230)	(37.393)	-	-	(1.487.623)	(37.00)
Derechos de distribución	(29.475)	-	-	-	(29.475)	
Otros trabajos auxiliares	(748)	-	-	-	(748)	
Gastos de puesta en marcha	(156)	-	-	-	(156)	
Total Amortizaciones	(1.964.289)	(129.904)	115.241	-	(1.978.952)	(130.47)
Provisiones	(17.723)	(15.369)	9.422	-	(23.670)	(15.58)
Total Derechos Audiovisuales	138.298		4.676		170.805	

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Al 31 de diciembre de 2020 y 31 de diciembre de 2019 los importes de los derechos audiovisuales totalmente amortizados y en uso han sido los siguientes:

	31.12.2020	31.12.2019
Masters	4	5
Doblajes	12.965	11.568
Derechos de Coproducción	218.838	207.577
Derechos producciones propias	1.524.623	1.487.622
Derechos de distribución	26.977	23.659
Otros trabajos auxiliares	749	749
Gastos de puesta en marcha	157	157
Total	1.784.313	1.731.337

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 2020, cuyo consumo de los mismos a lo largo de los siguientes doce meses se estima que será un porcentaje del 72% aproximadamente (53% en el 2019).

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 2020 y a 31 de diciembre de 2019 la dotación efectuada en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada refleja un importe de 15.581 miles de euros y 15.369 miles de euros, respectivamente.

Al cierre del ejercicio 2020 existen compromisos firmes de compra de derechos de propiedad audiovisual con inicio a partir del 1 de enero de 2021 por un total de 24.490 miles de dólares USA (USD) así como de 27.904 miles de euros. Los compromisos del ejercicio anterior fueron de 25.465 miles de dólares USA (USD) y 56.883 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 2020 ascienden a 1.243 miles de euros, no ha habido desembolso en dólares USA (USD). Los desembolsos correspondientes al ejercicio 2019 fueron de 578 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 2021 por 50.754 miles de euros. Los compromisos del ejercicio anterior fueron de 57.764 miles de euros.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

De dichos compromisos de derechos de coproducción se han desembolsado anticipos que, a 31 de diciembre de 2020, ascienden al total de 4.546 miles de euros (20.410 miles de euros a 31 de diciembre de 2019).

De los derechos de distribución no existen compromisos firmes de compra, con inicio a partir del 1 de enero de 2021. A 31 de diciembre 2019 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 647 miles de euros a 31 de diciembre de 2020 (955 miles de euros a 31 de diciembre de 2019).

9. Fondo de Comercio y Combinación de Negocios

La principal partida del fondo de comercio es la derivada de la adquisición del Grupo Cuatro con efecto 31 de diciembre de 2010, operación que 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, debido a la operación de compra del 60% de las participaciones de la sociedad El Desmarque Portal Deportivo, S.L. (véase Nota 1.3), tras el ejercicio de identificación de los activos y pasivos originados en la operación, realizado por la Dirección de la Sociedad con el asesoramiento de un tercero independiente, este epígrafe incrementó en 2.685 miles de euros. Durante el ejercicio 2020, como consecuencia de la operación de adquisición del 51% de las participaciones de la sociedad Aninpro Creative, S.L. (véase Nota 1.3) y con el mismo procedimiento que en la operación del ejercicio anterior, se ha identificado un fondo de comercio por esta inversión de 3.700 miles de euros. A 31 de diciembre de 2020, ninguna de estas inversiones presenta indicios de deterioro dada su buena marcha operativa.

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

Con motivo de la situación de crisis detallada en la Nota 1.4 derivada de la pandemia sanitaria de la Covid-19 y su impacto en los estados financieros del Grupo así como en las proyecciones empleadas en el test de deterioro realizado para la formulación de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio anual anterior terminado el 31 de diciembre de 2019, en la elaboración de las presentes Cuentas Anuales Consolidadas finalizadas el 31 de diciembre de 2020 se ha realizado una actualización del análisis.

El test de deterioro se realiza 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 asciende aproximadamente a 1.394.874 miles 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.

Se han realizado proyecciones y estimaciones basadas en el descuento de flujos de efectivo futuros.

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

- Contexto macroeconómico: en base a las proyecciones macroeconómicas publicadas por fuentes externas de reconocida solvencia que toman en consideración escenarios previsibles de recuperación probables.
- Entorno tecnológico y regulatorio: No se prevén ni se consideran 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 tiene 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 el período hasta 2024 y para los flujos no contemplados en las mismas, las rentas perpetuas se han estimado utilizando crecimientos del 0%, 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 7,5% y el 8,5%, acorde igualmente al consenso de analistas.

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

10. Inversiones Contabilizadas por el Método de la Participación

El importe y las variaciones experimentadas durante los ejercicios 2020 y 2019 en las partidas que componen este epígrafe se muestran a continuación:

	Inv. por el Método de la Participación
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
Aumentos	1
Disminuciones	138
Participación en resultado de empr. asociadas	3.029
Dividendos recibidos (Nota 23.1)	(4.062)
Saldo a 31 de diciembre de 2020	7.719

Los dividendos de 2020 corresponden a las sociedades participadas, La Fábrica de la Tele, S.L., Bulldog Tv Spain, S.L. y Unicorn Content, S.L.

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.	
	2020	2019	2020	2019
Producciones Mandarina, S.L.	1.967	2.004	(37)	134
La Fábrica de la Tele, S.L.	2.341	3.161	1.219	1.501
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	-	-	-	(28)
Alea Media, S.A.	190	-	190	(591)
Melodía Producciones, S.L. (*)	-	-	-	-
Adtech Ventures, S.p.A	147	213	(66)	(177)
Bulldog Tv Spain, S.L.	1.526	1.542	854	835
Alma Productora Audiovisual, S.L.	283	243	41	(160)
Pagoeta Media, S.L.U.	(10)	1	(10)	-
Alea La Maleta, S.L.	-	-	-	-
Unicorn Content, S.L.	1.275	1.449	977	792
Fénix Media Audiovisual, S.L.	-	-	(139)	-
Campanilla Films, S.L.	-	-	-	-
Total	7.719	8.613	3.029	2.306

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

Reflejamos las principales magnitudes contables de las sociedades consolidadas por el método de la participación para el ejercicio 2020 y 2019:

2020	Activo	Patrimonio Neto	Pasivo	Ingresos	Resultado
	(Miles de euros)				
Producciones Mandarina, S.L.	6.792	6.556	236	7.621	(272)
La Fábrica de la Tele, S.L.	12.975	7.795	5.180	29.190	4.055
Alea Media, S.A.	3.551	(1.181)	4.732	6.875	182
Pagoeta Media, S.L.U.	1.141	(21)	1.162	1.625	(26)
Adtech Ventures, S.p.A	298	294	4	-	(132)
Alma Productora Audiovisual, S.L.	1.777	945	832	2.922	148
Alea La Maleta, S.L.	4	3	1	226	-
Unicorn Content, S.L.	7.143	4.251	2.892	23.194	3.257

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Bulldog Tv Spain,S.L..	9.423	5.088	4.335	24.399	2.848
Fénix Media Audiovisual,S.L.	217	(345)	562	40	(348)
Campanilla Films,S.L.	609	3	606	159	-

<u>2019</u>	<u>Activo</u>	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>Pasivo</u>	<u>Ingresos</u>	<u>Resultado</u>
	(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
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	-
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

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 2020

El 10 de marzo de 2020 el Grupo ha adquirido una participación del 40% de la sociedad Fénix Media Audiovisual, S.L., esta sociedad consolida por el método de la participación.

En 2020 se integra por el método de la participación la sociedad Campanilla Films, S.L. en la cual el Grupo ostenta una participación del 100% a través de su sociedad participada al 30% Producciones Mandarina, S.L.

Ejercicio 2019

El 21 de enero de 2019 el Grupo adquirió 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 pasó a ser integrada por el método de consolidación global.

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

11. Activos Financieros no Corrientes

Los conceptos incluidos en este epígrafe son los siguientes:

	<u>31.12.2020</u>	<u>31.12.2019</u>
Fianzas a Largo Plazo	116	108
Inversiones a L/P	348.144	209.457
Créditos a L/P a empresas vinculadas	685	1.980
Otras inversiones financieras	10.768	9.235
Otros	40	12
Total	<u>359.753</u>	<u>220.792</u>

(Nota 13.2)

Inversiones a largo plazo

En el ejercicio 2019 el Grupo Mediaset España adquirió una participación accionarial en ProSiebenSat.1 Media SE. en un porcentaje del 5,5%.

La adquisición de este paquete obedeció a una estrategia del Grupo de carácter 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.

En esta operación, se adquirieron 12.815.000 acciones por importe de 172.587 miles de euros. Dicha adquisición fue llevada a cabo a través de una combinación de compra directa de acciones y de derivados contratados con una institución financiera de primer nivel.

Como financiación de parte de esta operación, y como parte del acuerdo firmado con el Banco (el "Collar Agreement") se reconoció en libros de la Sociedad Dominante una deuda por importe de 153.747 miles de euros (Nota 13.2). Dicho acuerdo incluye derivados para cubrir las fluctuaciones que pueda sufrir la acción hasta unos límites preestablecidos tanto hacia arriba como hacia abajo en función del precio de adquisición, a través de un sistema de opciones tanto de venta como de compra.

En marzo de 2020 la sociedad procedió a adquirir un 4,25% adicional del capital de ProSiebenSat.1 Media SE. de manera que a 31 de diciembre de 2020 la inversión global en esta sociedad alcanza el 9,75%. Esta segunda adquisición se ha realizado a través de una estructura idéntica a la utilizada en el caso de la primera compra y que ha sido formalizada con la misma entidad de crédito, obedeciendo todo ello a los

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

mismos objetivos de naturaleza estratégica e industrial que alumbraron la primera inversión.

Esta última adquisición fue de 9.902.500 acciones por importe de 61.194 miles de euros y fue realizada a través de una nueva combinación de compra directa de acciones y de un acuerdo de derivados (el segundo "Collar Agreement") encaminado a cubrir las potenciales fluctuaciones del título tanto al alza como a la baja y proporciona una financiación de 48.749 miles de euros (Nota 13.2).

La inversión en ProSiebenSat.1 Media SE es considerada como un Instrumento de Patrimonio sobre el que no se ejerce ni control ni influencia significativa, reconociendo sus cambios de valor razonable en el patrimonio neto. Adicionalmente, los cambios de valor razonable de los derivados incluidos en sendos contratos de financiación son imputados directamente a Patrimonio Neto corregidos de sus efectos impositivos.

Las acciones objeto de la inversión son valoradas conforme al valor de cotización de cada cierre, que asciende a 31 de diciembre de 2020 a un valor total de 312.479 miles de euros, y el valor razonable de los derivados son actualizados en cada cierre en función del precio de cotización de la acción, siendo el valor total al 31 de diciembre de 2020 de 35.665 miles de euros (31.200 euros al 31 de diciembre de 2019).

Créditos a largo plazo a empresas vinculadas

A 31 de diciembre de 2020 se recoge principalmente el préstamo participativo concedido a la sociedad Fénix Media Audiovisual, S.L. por 500 miles de euros.

Otras inversiones financieras

Otras inversiones financieras recogen varias inversiones financieras minoritarias en instrumentos de patrimonio de empresas que se valoran a su valor razonable con cambios en el patrimonio neto (Nota 13.3).

12. Otros activos corrientes

Este epígrafe se desglosa como sigue:

	<u>31.12.2020</u>	<u>31.12.2019</u>
Gastos anticipados	27.379	32.632
Comisiones anticipadas	36	36
Total	<u>27.415</u>	<u>32.668</u>

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 nacionales de los derivados financieros que mantiene en vigor el Grupo al 31 de diciembre de 2020 y 2019:

Derivados de Activo Corriente

	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/€)	
2020				
Compra de divisas no vencidas:				
Compras de dólares contra euros	6.480	7.319	1,2271	(524)
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	6.480	7.319		(524)

	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/€)	
2019				
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

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

	<u>2020</u>	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	-	-	-	-	-
Venta de dólares contra euros	932	1.250	1,2271	(83)	
Neto	932	1.250			(83)

	<u>2019</u>	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)

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 derivados de cobertura de las fluctuaciones que pueda sufrir la acción, de los que a continuación se presenta su valor razonable:

Derivados de Activo no Corriente

A 31 de diciembre 2020:

	Clasificación	Valor inicial	Actualización del valor	Efecto impositivo	Valor razonable
					Activo no corriente
Derivados sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	31.200	(772)	193	30.428
Derivados sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	-	5.237	(1.309)	5.237

A 31 de diciembre de 2019:

Valor razonable

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

	Clasificación	Valor inicial	Actualización del valor	Efecto impositivo	Activo no corriente
Derivados sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	33.067	(1.867)	467	31.200

Derivados de Pasivo no Corriente

A 31 de diciembre de 2020:

	Clasificación	Valor inicial	Actualización del valor	Efecto impositivo	Valor razonable Pasivo no corriente
Derivados sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	26.587	(2.998)	(750)	23.589
Derivados sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	-	70.667	17.667	70.667

A 31 de diciembre de 2019:

	Clasificación	Valor inicial	Actualización del valor	Efecto impositivo	Valor razonable Pasivo no corriente
Opciones sobre inversiones financieras	Cobertura de cotización	23.619	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:

(Miles de euros)	Instrumentos de patrimonio		Créditos, derivados y otros		Total (Nota 11)	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

<u>Activos financieros a largo plazo</u>							
Préstamos y partidas a cobrar		-	-	841	2.100	841	2.100
Activos disponibles para la venta							
Valorados a valor razonable	(Nota 11)	323.247	187.492	-	-	323.247	187.492
Derivados	(Nota 11)	35.665	31.200	-	-	35.665	31.200
TOTAL		358.912	218.692	841	2.100	359.753	220.792
<u>Activos financieros a corto plazo</u>							
Préstamos y partidas a cobrar		-	-	257.573	232.095	257.573	232.095
Derivados		-	-	(524)	265	(524)	265
TOTAL		-	-	257.049	232.360	257.049	232.360
TOTAL		358.912	218.692	257.890	234.460	616.802	453.152

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

		<u>2020</u>	<u>2019</u>
Activos Financieros no corrientes	(Nota 11)	359.753	220.792
Deudores		252.782	230.466
Otros activos financieros corrientes		4.267	1.894
		616.802	453.152

Los activos financieros no corrientes corresponden principalmente a la adquisición del 9,75% 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 259.073 miles de euros a 31 de diciembre de 2020 (235.757 miles de euros a 31 de diciembre de 2019).

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

<u>Ejercicio 2020</u>	<u>Saldo</u>	<u>Vencimientos</u>			
		<3 meses	<6 meses	<12 meses	<18 meses
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	250.959	228.109	4.821	8.139	9.890
Deudores varios	1.443	1.025	-	418	-
Otros activos financieros corrientes	4.267	4.267	-	-	-
Total	256.669	233.401	4.821	8.557	9.890

<u>Ejercicio 2019</u>	<u>Saldo</u>	<u>Vencimientos</u>			
-----------------------	--------------	---------------------	--	--	--

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

		<3 meses	<6 meses	<12 meses	<18 meses
Cientes 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	-

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

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

(Miles de euros)	Deudas con entidades de crédito		Deudas, derivados y otros		Total	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019
<u>Pasivos financieros a largo plazo</u>						
Débitos y partidas a pagar	202.506	153.747	14.477	6.187	216.983	159.934
Derivados (Nota 11)	94.257	26.587	-	-	94.257	26.587
TOTAL	296.763	180.334	14.477	6.187	311.240	186.521
<u>Pasivos financieros a corto plazo</u>						
Débitos y partidas a pagar	40	29	168.136	196.599	168.176	196.628
Derivados	-	-	83	152	83	152
TOTAL	40	29	168.219	196.751	168.259	196.780
TOTAL	296.803	180.363	182.696	202.938	479.499	383.301

A 31 de diciembre de 2020 existen líneas de crédito por importe de 300.000 miles de euros (255.000 miles de euros a diciembre de 2019) con un tipo de interés de EURIBOR más un diferencial de mercado en línea con la solvencia del Grupo.

Los vencimientos de los 300.000 miles de euros de estas líneas de crédito se distribuyen entre marzo de 2021 y noviembre de 2021 y se estima que se renovarían 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Otros pasivos no corrientes	14.477	6.187
Deudas con entidades de crédito no corrientes	296.763	180.334
Deudas con partes vinculadas corrientes (Nota 23.1)	21.461	17.448
Deudas por compras o prestaciones de servicios	92.466	118.692
Deudas por compras de Derechos Audiovisuales	32.771	43.915
Deudas con entidades de crédito	1.075	906
Acreedores por adquisición de inmovilizado	1.797	2.762
Remuneraciones pendientes de pago	14.338	12.732
Otras deudas	4.351	325
	<u>479.499</u>	<u>383.301</u>

Dentro de la partida de “Deudas con entidades de crédito no corrientes” se encuentra registrado el importe total de los préstamos financieros relacionados con las operaciones de adquisición de la inversión en Prosieben Sat1 (véase Nota 11) que a 31 de diciembre de 2020 asciende a un total de 202.496 miles de euros (153.747 miles de euros al 31 de diciembre de 2019) así como el valor razonable de la posición de pasivo de los derivados suscritos por importe conjunto de 94.257 miles de euros al 31 de diciembre de 2020 (26.587 miles de euros al 31 de diciembre de 2019). El vencimiento establecido en esta operación se encuentra fijado en el largo plazo.

Dentro de la partida de “Otros pasivos no corrientes” se han registrado, principalmente, el valor estimado de la opción de venta de los socios minoritarios ejercitable en el 2023 sobre un 20% del patrimonio de la sociedad El Desmarque Portal Deportivo, S.L. cuyo valor a 31 de diciembre de 2020 es de 2.839 miles de euros y, por otro lado, el valor estimado de las opciones de venta en el largo plazo de los socios minoritarios del 49% de Aninpro Creative, S.L. por valor de 9.386 miles de euros.

Dentro de la partida de “Otras deudas” se encuentra registrado, el valor estimado de la opción de venta de los socios minoritarios ejercitable en el 2021 sobre un 20% del patrimonio de la sociedad El Desmarque Portal Deportivo, S.L. cuyo valor a 31 de diciembre de 2020 es de 3.962 miles de euros.

No hay diferencias entre los valores razonables y los valores netos contables de los activos y pasivos financieros al 31 de diciembre de 2020 y 2019.

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

<u>Ejercicio 2020</u>	<u>Saldo</u>	<u>Vencimientos</u>		
		3 meses	6 meses	12 meses
Deudas por compras o prestaciones de servicios	92.466	91.114	1.352	-
Deudas por compras de derechos audiovisuales	32.771	32.116	606	49

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Deudas con entidades de crédito corrientes	1.075	1.075	-	-
Acreedores por adquisición de inmovilizado	1.797	1.757	40	-
Total	128.109	126.062	1.998	49

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

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 2020 y 2019:

Miles de euros	Fecha de valoración	Total	Valoración de valor razonable utilizada		
			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 la venta (Notas 11 y 13.2)					
Instrumentos de patrimonio	31-dic-20	312.479	312.479	-	-
Derivado instrumento de patrimonio	31-dic-20	35.665	35.665	-	-
Sectores diversos con plataforma internet	31-dic-20	10.768	2.714	-	8.054
Valoración de valor razonable utilizada					
Miles de euros	Fecha de valoración	Total	Valoración de valor razonable utilizada		
			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 patrimonio	31-dic-19	31.200	31.200	-	-
Sectores diversos con plataforma internet	31-dic-19	9.253	292	-	8.943

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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:

	2020	2019
(Días)		
Periodo medio de pago a proveedores	86	68
Ratio de operaciones pagadas	88	67
Ratio de operaciones pendientes de pago	74	68
(Miles de euros)		
Total pagos realizados	404.720	496.452
Total pagos pendientes	66.683	90.645

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 riesgos de liquidez y las enfocadas a cubrir los riesgos de mercado.

13.6.1. Gestión de Riesgos de Crédito

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 y 2019 es la siguiente:

		2020	2019
		Miles de euros	Miles de euros
Inversiones financieras a largo plazo	(Nota 11)	359.753	220.792
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar		262.738	247.382
Clientes partes vinculadas	(Nota 23.1)	313	601
Inversiones financieras a corto plazo	(Nota 13.2)	4.267	1.894
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	(Nota 14)	321.181	128.993
		948.252	599.662

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 las líneas de crédito abiertas ascienden a 300 millones de euros (255 millones de euros a 31 de diciembre de 2019) (véase Nota 13.2). Las citadas líneas están contratadas en condiciones financieras muy competitivas considerando la actual situación del mercado, lo que avala la

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2020 y 2019.

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 2020, se aplica una variación de +50 puntos básicos -20 puntos básicos, (+50 puntos básicos -20 a 31 de diciembre de 2019).

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
31-12-20	-0,554	325.721	(1.804)	-0,054%	-176	-0,754%	(2.456)
31-12-19	-0,438	123.531	(541)	0,062%	77	-0,638%	(788)

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 de fluctuación razonable respecto a la del valor de adquisición original.

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 ha contratado operaciones de coberturas mediante una estructura de "collars" que incluyen opciones simultáneas "put" y "call" con el Banco y que permite acotar las oscilaciones en el valor del título dentro de una banda que juega tanto por arriba como por debajo de los valores de adquisición y cuyos límites dibujan los valores a partir de los cuales las opciones son ejercitables.

A 31 de diciembre de 2020 el precio de referencia del título era de 13,76 Euros.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Asumiendo precios equivalentes al 85% de los precios de referencia de los derivados contratados para las adquisiciones realizadas, se modificarían los valores de las opciones hasta niveles que, en todo caso se compensarían casi simétricamente por movimientos en el valor de las acciones ya que operan como cobertura de las fluctuaciones de ésta, sucediendo lo mismo en el caso de que la acción alcanzase el nivel de un 15% por encima de los precios de los derivados contratados. En todo caso, las variaciones de valor intrínseco tendrían impacto sobre el Patrimonio Neto sin tocar la Cuenta de Resultados.

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, 6,39% para el 2020 y 5,77% para el 2019.

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:

31/12/2020			31/12/2019		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
7.319	1,2271	(524)	7.285	1,1234	265
Análisis de sensibilidad					
7.319	1,1487	(117)	7.285	1,0586	661
7.319	1,3055	(881)	7.285	1,1882	(88)

Análisis de derivados de pasivo en moneda extranjera:

31/12/2020			31/12/2019		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
1.250	1,2271	(83)	1.292	1,1234	(152)
Análisis de sensibilidad					
1.250	1,1487	(152)	1.292	1,0586	(223)
1.250	1,3055	(22)	1.292	1,1882	(90)

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Análisis sobre el total de proveedores en moneda extranjera:

31/12/2020			31/12/2019		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
7.737	1,2271	624	7.713	1,1234	(109)
Análisis de sensibilidad					
7.737	1,1487	194	7.713	1,0586	(529)
7.737	1,3055	1.003	7.713	1,1882	266

Análisis sobre el total de clientes en moneda extranjera:

31/12/2020			31/12/2019		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
1.250	1,2271	(5)	1.292	1,1234	89
Análisis de sensibilidad					
1.250	1,1487	65	1.292	1,0586	159
1.250	1,3055	(66)	1.292	1,1882	26

14. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes

La composición de este epígrafe es como sigue:

	<u>31.12.2020</u>	<u>31.12.2019</u>
Efectivo en caja y bancos	321.181	128.993
Total	321.181	128.993

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 2019).

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

<u>Titular</u>	<u>2020</u> Participación %	<u>2019</u> Participación %
----------------	-----------------------------------	-----------------------------------

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Mediaset S.p.A.	53,26	53,26
Mercado	42,38	42,38
Acciones propias	4,36	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 2020 asciende a 313.234 miles de euros (313.234 miles de euros al 31 de diciembre de 2019).

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 2020 (32.744 miles de euros al 31 de diciembre de 2019).

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

Durante el ejercicio 2020, la Sociedad Dominante del Grupo no ha repartido dividendos.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

En la Junta General de Accionistas del 10 de junio de 2020 se acordó la siguiente distribución del beneficio de la Sociedad dominante del ejercicio 2019:

Bases de reparto

Pérdidas y ganancias (beneficio)	168.918
Total	168.918

Aplicación

Dividendo ordinario	-
Reservas	168.918
Total	168.918

15.5. Acciones Propias

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

	Ejercicio 2020		Ejercicio 2019	
	Número de acciones	Importe(*)	Número de acciones	Importe(*)
Al inicio del ejercicio	14.269.073	94.554	1	-
Aumentos	163.985	566	14.419.910	95.533
Disminuciones	(163.985)	(1.082)	(150.838)	(979)
Al cierre del ejercicio	14.269.073	94.038	14.269.073	94.554

(*) Miles de euros

El aumento del número de acciones propias durante el ejercicio 2019 se debió 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.

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 2020 y 31 de diciembre de 2019 es el siguiente:

	2020	2019
--	------	------

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

	Socios Externos	Cta Rdo Sep. Atribuido a S. Externos	Cta Rdo Gl. Atribuido a S. Externos	Socios Externos	Cta Rdo Sep. Atribuido a S. Externos	Cta Rdo Gl. Atribuido a S. Externos
Megamedia Televisión, S.L. (1)	-	499	-	1.027	614	-
Supersport Televisión, S.L. (2)	632	797	-	1.135	563	-
El Desmarque Portal Deportivo, S.L. (3)	1.199	749	-	1.304	872	-
Aninpro Creative, S.L. (4)	441	221	-	-	-	-
Total	2.272	2.266	-	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.
(4) Participada en un 51% por Publiespaña, S.L.U.

15.7 Ajustes por cambios de valor

Los ajustes por cambios de valor se corresponden en su totalidad con los cambios de valor razonable de las inversiones que mantiene el Grupo en instrumentos de patrimonio que están fuera del perímetro de consolidación por no ejercer ni control ni influencia significativa y que, el Grupo, tomó la decisión irrevocable de registrar estos cambios por patrimonio neto (véanse Notas 11 y 13.2).

El importe de los ajustes por cambios de valor del ejercicio 2020 registrado es de 27.489 miles de euros de incrementos de valor (durante el ejercicio 2019 este importe fue de reducción por importe de 3.569 miles de euros).

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 2020 y 31 de diciembre de 2019 han sido:

<u>Ejercicio 2020</u>	Saldo 31.12.19	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	Saldo 31.12.20
Provisiones para riesgos y gastos	11.126	3.987	(40)	(1.736)	(729)	12.608

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019 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:

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Dicho recurso fue desestimado por la Audiencia Nacional mediante Sentencia de 23-4-18 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 decidió en el ejercicio 2019 dotar la correspondiente provisión para cubrir totalmente la potencial materialización de este riesgo. Durante 2020 este procedimiento no ha experimentado ninguna variación.

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 reconvencción, 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 reconvencción, 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 reconvencción, 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 ante la Audiencia Nacional 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.

Mediante Auto de fecha 4 de septiembre de 2020, la Audiencia Nacional acordó suspender cautelarmente el pago de la sanción impuesta, pero no la orden de cese de las conductas sancionadas. Por tal motivo, el mencionado Auto fue objeto de recurso de reposición por Mediaset España, el cual fue desestimado mediante Auto de 17 de noviembre de 2020 y éste, a su vez, recurrido en casación ante el Tribunal Supremo, encontrándose actualmente pendiente de resolución.

En cuanto al recurso contencioso-administrativo, continúa su tramitación, sin que se haya dictado aún una resolución al respecto.

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 desestimases 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 fue resuelto por la Ilma. Audiencia Provincial de Alicante mediante Sentencia de 16 de enero de 2020. Aunque esta Sentencia desestimó la pretensión de Mediaset sobre la titularidad de la marca Pasapalabra, consideró que, dado que el título del formato y la marca recaen sobre una misma denominación (Pasapalabra), ITV no podía 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, a la resultante del procedimiento seguido ante el Juzgado de Marca de Alicante. Por ello se anuló la sentencia apelada en dos importantes extremos:

- Anula complemente 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 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 Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Dicha sentencia ha sido objeto del correspondiente Recurso de Casación ante el Tribunal Supremo, estando en la actualidad pendiente de admisión.

Mediaset considera que sólo cabe indemnizar si hay daño, que no existe en este caso pues, de existir, habría sido cubierto con la indemnización que dimana 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, dando lugar al procedimiento ordinario 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 €, 6.496.182 € y 7.193.445 €, respectivamente (IVA incluido en todas ellas).

En la actualidad, 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 pagado asimismo 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, queda reducida a la suma de 4.870.182'98 euros (IVA incluido). En cuanto a esta cantidad, 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 supone 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Mediante Sentencia de fecha 11 de enero de 2021, el Juzgado de lo Mercantil nº 13 de Madrid ha estimado íntegramente la demanda formulada por la SGAE frente a MEDIASET, condenándola al pago de la cantidad que ésta había retenido, por importe de 4.870.182'98 euros (IVA incluido). No obstante, esta sentencia ha sido recurrida en apelación con fecha 9 de febrero de 2021, por considerarse que ha tergiversado totalmente los fundamentos en que se apoya la posición de Mediaset España, dejando intacta la verdadera argumentación esgrimida, que ha permanecido imprejuizada.

Además, GRUPO EDITORIAL TELECINCO, S.A.U., sociedad íntegramente participada por MEDIASET ESPAÑA, tiene impugnado ante el Juzgado de Primera Instancia nº 71 de Madrid (Procedimiento Ordinario 782/2019) el acuerdo de la Junta Directiva de SGAE, de fecha 7 de mayo de 2019, por el esta entidad acordó rehacer el reparto de derechos económicos efectuado en 2018, aplicando retroactivamente el tope legal introducido por la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual de marzo de 2019. En este procedimiento se pretende la declaración de nulidad del Acuerdo de la Junta Directiva de SGAE, así como que se condene a SGAE a rehacer el reparto de derechos económicos del año 2018 de acuerdo con los criterios imperantes previos a dicho Acuerdo.

La Audiencia Previa de este procedimiento se celebró el 4 de diciembre de 2019 y el juicio ha sido señalado para el día 23 de junio de 2021.

La estimación de esta demanda por parte del Juzgado determinaría la obligación por parte de SGAE de satisfacer a GRUPO EDITORIAL TELECINCO, S.A. la cantidad de 4.870.182'98 euros (IVA incluido), a cuyo pago ha sido condenada MEDIASET ESPAÑA en el procedimiento ordinario nº 1881/2019, seguido ante el Juzgado de lo Mercantil nº 13 de Madrid, antes citado.

Los sólidos argumentos que apoyan y fundamentan la postura de MEDIASET ESPAÑA hacen confiar en la obtención de una solución judicial favorable a sus intereses.

17. Provisiones Corrientes

El detalle que recoge este concepto para el 2020 y 2019 es el siguiente:

	Saldo a					Saldo a
	31.12.19	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	31.12.20
Provisiones, rappels, responsabilidades y otros	48.572	27.511	(37.469)	(81)	-	38.533
	48.572	27.511	(37.469)	(81)	-	38.533
	Saldo a					Saldo a
	31.12.18	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	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

Provisiones para responsabilidades léase junto con la Nota 16.

18. Situación Fiscal

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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:

<u>Concepto/s</u>	<u>Períodos</u>
Impuesto sobre Sociedades	2016 a 2019
Impuesto sobre el Valor Añadido	2016 a 2020
Retenciones a cta. imposición no residentes	2016 a 2020
Declaración anual de operaciones	2015 a 2017
Retención/Ingreso a Cuenta Rendimientos Trabajo/Profesional	2016 a 2020
Decl. Recapitulativa entreg. y adq. Intracom. bienes	2016 a 2020

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

Los saldos deudores y acreedores con Administraciones Públicas a 31 de diciembre de 2020 y 2019 son los siguientes:

	<u>Saldo a 31.12.20</u>	<u>Saldo a 31.12.19</u>
Activos por impuestos diferidos (Nota 18.5)	79.197	69.954
Activos por impuestos corrientes (Nota 18.2)	4.280	15.641
Impuesto sobre el Valor Añadido	5.968	1.876
Otros impuestos deudores	21	-
Hacienda Pública Deudora	5.989	1.876

	<u>Saldo a 31.12.20</u>	<u>Saldo a 31.12.19</u>
Pasivos por impuestos diferidos (Nota 18.5)	49.551	38.447
Impuesto sobre el Valor Añadido	14.824	10.933
Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas	3.457	3.697
Organismos de la Seguridad Social Acreedora	2.040	2.018
Otras Entidades Públicas	2.715	5.675
Hacienda Pública Acreedora	23.036	22.323

18.4. Gasto por Impuesto sobre Sociedades

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

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Cuenta de resultados separada consolidada		
Impuesto sobre Sociedades corriente		
Gasto por Impuesto sobre Sociedades corriente	33.839	36.976
Impuesto sobre Sociedades diferido		
Relativo a incrementos y disminuciones de diferencias temporarias	16.545	19.871
	<u>50.384</u>	<u>56.847</u>
	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Estado del resultado global consolidado		

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020

(En miles de euros)

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	14.685	(284)
- Ajuste por tipo de gravamen	-	-
Impuesto diferido cargado directamente en otro resultado global	14.685	(284)

	2020	2019
Resultado Contable antes de Impuestos	231.381	270.609
Tipo fiscal (25%)	57.845	67.652
Diferencias permanentes	(1.245)	2.524
Diferencias temporarias	(5.648)	(3.479)
Deducciones y corrección I.S. años anteriores	(568)	(9.850)
	50.384	56.847

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:

	2020		2019	
	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto
Resultado Consolidado Contable antes de Impuestos	231.381	-	270.609	-
Ajustes de consolidación (1)	4.089	-	(19.459)	-
Diferencias permanentes	(4.979)	-	10.096	-
Diferencias temporarias	(22.590)	-	(13.916)	-
Base imponible (resultado fiscal)	207.901	-	247.330	-

(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:

	2020
Base imponible	207.901
Cuota íntegra (25%)	51.975
Compensación bases imponibles negativas	(7.501)
Deducciones y bonificaciones	(10.973)
Retenciones	(37.781)
Impuesto sobre Sociedades a devolver	(4.280)

	2019
Base imponible	247.330

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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)

El Impuesto sobre Sociedades a devolver se desglosa como sigue:

	2020	2019
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2018	-	-
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2019	-	10.376
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2020	4.280	5.265
Total (Nota 18.3)	4.280	15.641

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.

2020

Activos por Impuestos Diferidos con Origen en:

	Saldo a 31.12.19	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.20
		Aumentos	Disminuc.		
Provisión Litigios	335	157	-	-	492
Limitación deducibilidad amortizaciones	994	-	(207)	-	787
Otros conceptos	18.978	5.062	(1.049)	16.512	39.503
Deducciones pendientes de aplicar	41.489	-	(4.026)	-	37.463
Pérdidas a compensar	8.158	6	(7.212)	-	952
Total Impuesto diferido de Activo	69.954	5.225	(12.494)	16.512	79.197

2019

Activos por Impuestos Diferidos con Origen en:

	Saldo a 31.12.18	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.19
		Aumentos	Disminuc.		
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

Saldo a 31.12.19	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto	Saldo a 31.12.20
------------------	--------------------------------	-----------------	------------------

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

2020		Aumentos	Disminuc.		
Pasivos por Impuestos Diferidos con Origen en:					
Activos Intangibles	37.298	9.325	-	-	46.623
Otros conceptos	1.149	-	(48)	1.827	2.928
Total Impuesto diferido de Pasivo	38.447	9.325	(48)	1.827	49.551

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

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 del Grupo de Consolidación Fiscal corresponden principalmente a deducciones por inversiones en producciones cinematográficas. Dichas deducciones pueden ser aplicadas durante un periodo de 15 años desde su devengo.

	2020	2019
	(Miles de euros)	
Deducciones pendientes año 2015	-	4.394
Deducciones pendientes año 2016	999	7.140
Deducciones pendientes año 2017	11.680	11.680
Deducciones pendientes año 2018	7.247	7.247
Deducciones pendientes año 2019	11.028	11.028
Deducciones pendientes año 2020	6.509	-
	37.463	41.489

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 Grupo tiene bases imponibles negativas no registradas por importe de 5.682 miles de euros a 31 de diciembre de 2020 y 6.857 miles de euros a 31 de diciembre 2019, generadas por dos sociedades del Grupo de manera previa a su incorporación al grupo de consolidación fiscal.

19. Garantías Comprometidas con Terceros

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Teniendo en cuenta la naturaleza de las distintas garantías, el detalle a 31 de diciembre de 2020 y 2019 es como sigue:

Naturaleza	31.12.2020 (miles de euros)	31.12.2019 (miles de euros)
Avales Constituidos		
Avales constituidos para contratos/concesiones/concursos	45.868	68.353
Avales Constituidos como garantía ante la Agencia Tributaria	-	-
Avales judiciales	77.520	38.541
	123.388	106.894
Avales recibidos	10.627	14.087

19.1. Avales Constituidos

- Al 31 de diciembre de 2020 el Grupo tiene avales constituidos por 45.868 miles de euros necesarios para su actividad comercial (68.353 miles de euros en el ejercicio 2019).
- 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).
- El Grupo tiene constituidos tres avales por un importe total de 38.979 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 los Mercados y la Competencia de 12 de noviembre de 2019, en el expediente S/DC/617/17 (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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

A 31 de diciembre de 2020 no existen planes de opciones sobre acciones pendientes de ejecutar.

En los ejercicios 2020 y 2019 no se ha aprobado ningún Plan de Opciones sobre acciones, y por lo tanto, durante los ejercicios 2020 y 2019 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, se registraron 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 lo largo del ejercicio 2019 se ejercitó 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 clasificó a corto plazo, concretamente al epígrafe de "Remuneraciones pendientes de pago" la parte correspondiente al primer PIF que fue pagado en el ejercicio 2019 y cuyo importe ascendió 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:

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

	<u>PIF 2017</u>	<u>PIF 2018</u>	<u>PIF 2019</u>	<u>Total</u>
Derechos asignados durante el ejercicio	92.570			92.570
Derechos cancelados durante el ejercicio	(4.587)			(4.587)
Derechos vigentes a 31/12/2019	<u>87.983</u>			<u>87.983</u>
Derechos asignados durante el ejercicio		114.239		114.239
Derechos cancelados durante el ejercicio		(5.605)		(5.605)
Derechos vigentes a 31/12/2019		<u>108.634</u>		<u>108.634</u>
Derechos asignados durante el ejercicio			167.157	167.157
Derechos cancelados durante el ejercicio			-	-
Derechos vigentes a 31/12/2019			<u>167.157</u>	<u>167.157</u>
Derechos asignados durante el ejercicio				-
Derechos cancelados durante el ejercicio	(87.983)			(87.983)
Derechos vigentes a 31/12/2020	-	<u>108.634</u>	<u>167.157</u>	<u>275.791</u>

Durante el ejercicio 2020 se han registrado 688 miles de euros en la cuenta de pérdidas y ganancias como consecuencia de este sistema (1.032 miles de euros en diciembre de 2019) (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:

<u>Actividad</u>	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Ingresos por servicios publicitarios	732.037	880.135
Prestación servicios	87.997	53.418
Otros	5.929	5.448
Total	<u>825.963</u>	<u>939.001</u>

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
España	757.446	902.367
Unión Europea	61.432	33.580
Resto del Mundo	7.085	3.054
Total	<u>825.963</u>	<u>939.001</u>

21.2. Los gastos de personal correspondientes al 2020 y 2019 son los siguientes:

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Sueldos y salarios	100.209	101.136
Seguridad Social	19.873	19.752
Otras Cargas sociales	485	655
Total	<u>120.567</u>	<u>121.543</u>

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

	<u>2020</u>			<u>2019</u>		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directores	79	40	119	74	41	115
Jefes	48	50	98	48	48	96
Periodistas	145	134	279	144	150	294
Administrativos/Técnicos	505	497	1.002	500	499	999
Otros	16	-	16	18	1	19
Personal por obra	24	26	50	21	15	36
Total personal	<u>817</u>	<u>747</u>	<u>1.564</u>	<u>805</u>	<u>754</u>	<u>1.559</u>

El desglose del personal a 31 de diciembre de 2020 y 2019 en el Grupo por categoría profesional ha sido el siguiente:

	<u>2020</u>			<u>2019</u>		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directores	79	41	120	73	39	112
Jefes	48	51	99	48	48	96
Periodistas	152	144	296	144	141	285
Administrativos/Técnicos	506	500	1.006	504	487	991
Otros	16	-	16	16	-	16
Personal por obra	9	9	18	28	23	51

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Total personal	810	745	1.555	813	738	1.551
-----------------------	------------	------------	--------------	------------	------------	--------------

El desglose del personal con discapacidad superior al 33% a 31 de diciembre de 2020 y 2019 en el Grupo por categoría profesional ha sido el siguiente:

	2020	2019
	Total	Total
Periodistas	2	2
Administrativos/Técnicos	7	7
Total personal	9	9

21.3. El detalle del saldo incluido en “Variación de provisiones de circulante” al cierre del ejercicio que corresponde a la provisión por insolvencias ha sido el siguiente:

	2020	2019
Dotaciones	2.126	2.314
Reversiones	(1.309)	(3.494)
Total	817	(1.180)

21.4. El detalle de Otros gastos para el ejercicio 2020 y 2019 es el siguiente:

	2020	2019
Servicios exteriores	153.985	176.721
Tributos	20.717	24.412
Otros gastos	656	1.854
Exceso de provisiones	(383)	(3.506)
Total	174.975	199.481

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 304 miles de euros en el ejercicio 2020 (305 miles de euros para el ejercicio 2019 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 43 miles de euros

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

en el 2020 (64 miles de euros en 2019) y conforme al siguiente detalle, en miles de euros:

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Otros servicios de verificación	43	49
Servicios fiscales	-	-
Otros	-	15
	<u>43</u>	<u>64</u>

21.6. El ingreso/gasto financiero neto del Grupo en los ejercicios 2020 y 2019 ha sido como sigue:

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Ingresos por intereses	279	480
Gastos por intereses	(2.209)	(800)
Total	<u>(1.930)</u>	<u>(320)</u>

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 y a la actualización realizada respecto al pasivo financiero registrado por la opción de venta de los socios minoritarios por importe de 1.395 miles de euros (véase nota 13.3).

21.7. Diferencias de Cambio

El desglose de las diferencias de cambio de los ejercicios 2020 y 2019 es como sigue:

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
Diferencias positivas de cambio	1.276	1.093
Diferencias negativas de cambio	(1.117)	(970)
Total	<u>159</u>	<u>123</u>

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 2020 y a 15 millones USD en el 2019. Asimismo, dentro del apartado de deudas por compras de Derechos Audiovisuales, 6.309 miles de euros están denominados en dólares en el ejercicio 2020 y 6.869 miles de euros en el 2019.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Dentro del apartado de clientes por ventas y prestación de servicios, 111 miles de euros están denominados en dólares en el ejercicio 2020, frente a 270 miles de euros, en el 2019.

21.8. Arrendamiento Operativo

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

	<u>2020</u>	<u>2019</u>
	Miles de euros	
Cuotas de arrendamientos operativos reconocidas en resultados del ejercicio	594	695
	594	695

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.

22. Beneficio por Acción

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

	<u>31.12.20</u>	<u>31.12.19</u>
Total acciones emitidas	327.435.216	327.435.216
Menos: Acciones propias ponderadas	(14.283.358)	(6.970.426)
Total de acciones en circulación	313.151.858	320.464.790
Efecto dilutivo de opciones por acciones	-	-
Número total de acciones para el cálculo del beneficio por acción diluido	313.151.858	320.464.790

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

De acuerdo con ello:

	31.12.20	31.12.19	Variación
Resultado neto del ejercicio (miles de euros)	178.731	211.713	(32.982)
Acciones en circulación	313.151.858	320.464.790	(7.312.932)
Beneficio básico por acción (euros)	0,57	0,65	(0,08)

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:

	31.12.20	31.12.19	Variación
Resultado neto del ejercicio (miles de euros)	178.731	211.713	(32.982)
Acciones para el cálculo del beneficio por acción diluido	313.151.858	320.464.790	(7.312.932)
Beneficio diluido por acción (euros)	0,57	0,65	(0,08)

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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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

	31.12.2020		31.12.2019	
	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.	12	146	11	2.926
La Fábrica de la Tele, S.L.	1	6.224	2	5.906
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	-	(10)	181	(10)
Alea Media, S.A.	1	68	21	28
Melodía Producciones, S.L.	-	-	-	-
Bulldog Tv Spain, S.L.	-	6.479	-	1.972
Alma Productora Audiovisual, S.L.	2	1.194	1	1.052
Unicorn Content, S.L.	12	5.159	-	2.881
Pagoeta Media, S.L.U.	-	-	2	-
Fénix Media Audiovisual, S.L.	-	23	-	-
Grupo Mediaset Italia	285	2.178	383	2.693
Total	313	21.461	601	17.448

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

<u>Ejercicio 2020</u>	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	28	28	-	-
Grupo Mediaset Italia	285	285	-	-
Total (Nota 13.6.1)	313	313	-	-

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

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

<u>Ejercicio 2020</u>	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

Sociedades participadas	19.283	19.283	-	-
Grupo Mediaset Italia	2.178	2.178	-	-
Total	21.461	21.461	-	-

<u>Ejercicio 2019</u>	<u>Saldo</u>	<u>Vencimientos</u>		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	14.755	14.755	-	-
Grupo Mediaset Italia	2.693	2.693	-	-
Total	17.448	17.448	-	-

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 2020 se recoge principalmente el préstamo concedido a Fénix Media Audiovisual, S.L. por 500 miles de euros.

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:

	<u>Ventas</u>		<u>Otros ingresos</u>		<u>Compras bienes</u>		<u>Otros gastos</u>		<u>Compra Inmovilizado</u>	
	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019
Producciones Mandarina, S.L.	43	53	-	-	2.407	3.699	-	-	4.810	3.325
La Fábrica de la Tele, S.L.	11	44	-	-	28.265	28.137	-	-	-	-
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	-	30	-	-	181	-	-	-	-	-
Melodía Producciones, S.L.	-	-	41	41	41	38	-	-	-	-
Alea Media, S.A.	17	60	77	84	382	42	-	-	5.068	10.602
Pagoeta Media, S.L.U.	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-
Grupo Mediaset Italia	986	3.145	16	24	1.593	2.171	1.262	1.274	-	-
Bulldog Tv Spain, S.L.	-	1	-	-	24.576	25.143	-	-	-	-
Alma Productora Audiovisual, S.L.	26	8	-	-	2.925	3.919	-	-	-	-
Fénix Media Audiovisual, S.L.	-	-	-	-	41	-	-	-	-	-
Unicorn Content, S.L.	55	8	-	-	20.469	18.729	-	-	-	-
Total	1.138	3.351	134	149	80.880	81.878	1.262	1.274	9.878	13.927

Los dividendos recibidos de partes vinculadas en los ejercicios 2020 y 2019 son los siguientes:

<u>2020</u>	<u>2019</u>
-------------	-------------

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

La Fábrica de la Tele, S.L.	2.040	1.096
Unicorn Content, S.L.	1.152	-
Bulldog Tv Spain, S.L.	870	600
	<u>4.062</u>	<u>1.696</u>

23.2. Remuneración a Administradores

La remuneración total devengada por los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad dominante ascendió en el ejercicio 2020 y 2019 a 5.705 y 5.679 miles de euros, respectivamente, en concepto de salario y otras retribuciones en especie. Adicionalmente, se desembolsó 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 2020 y 2019 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 2020 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 68 miles de euros (53 miles de euros en el ejercicio 2019).

Durante el ejercicio 2020 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)	
2020	2019	2020	2019
19	19	8.461	8.379

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2019, en el ejercicio 2020 no se han asignado opciones sobre acciones a la Alta Dirección.

24. Hechos relevantes posteriores al cierre

Con posterioridad al cierre del ejercicio el Grupo procedió a la adquisición de un nuevo paquete de acciones de la sociedad ProSieben SAT de ocho millones de títulos que corresponde al 3,43% del capital de la sociedad por importe de 103.920 miles de Euros que ha sido financiada con fondos propios, lo que hace que la participación global del Grupo en el operador alemán alcance el 13,1% de su capital. Esta transacción se enmarca en una estrategia industrial que ya estuvo presente en las dos adquisiciones anteriores.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN 2020

Como poníamos de manifiesto en el Informe de Gestión correspondiente al primer semestre de 2020, ni los peores agoreros habrían podido predecir el cataclismo tanto sanitario como económico que se iba a producir con el estallido de la pandemia provocada por el covid 19 y que, junto con una mortandad que se acerca a los dos millones y medio de personas en todo el mundo y una cifra de contagiados que se aproxima a los ciento diez millones a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales, ha precipitado una contracción económica como no se conocía desde la Gran Depresión de los años 30. En efecto, según estimaciones de la OCDE, el PIB mundial habría caído un 4,2% en 2020 (el peor dato de los últimos setenta años) mientras que, infortunadamente y a pesar del desarrollo de vacunas muchas de las cuales están ya siendo utilizadas de manera generalizada, no se puede prever con certeza cuando se producirá una normalización de la actividad económica que nos lleve al punto de partida pre-covid para, desde ahí, iniciar la senda de la tan ansiada recuperación y esto es así porque, a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales, todavía se están sintiendo los efectos de la segunda y tercera ola de la pandemia junto con nuevas cepas que se han ido desarrollando y que hacen muy difícil poder predecir cuando se habrá ganado la batalla sanitaria; cabe suponer que eso sucederá tarde o temprano pero lo que resulta complicado es determinar los plazos hasta que ello se consiga y también la velocidad de recuperación de la economía ya que los sectores donde prima la movilidad han sido muy castigados y, por tanto, su retorno a la normalidad tomará más tiempo.

Por lo que se refiere, a la economía española, el consenso de predicciones se sitúa en torno a una caída del 11% en el conjunto del año, con diferencia el peor dato de entre las grandes economías de la zona Euro ya que el descenso en Italia, el segundo país importante más afectado por el covid, se estima que no llegará al doble dígito, y ello aún cuando en el cuarto trimestre la economía rebotó un 0,4%, una tasa insuficiente para mínimamente compensar el tremendo impacto sufrido durante los meses de confinamiento. Como es costumbre, Estados Unidos, a pesar del fuerte impacto del covid allí y de las turbulencias asociadas con la crisis política provocada por el convulso cambio de Administración tras las elecciones de noviembre, se estima que habrá experimentado un retroceso económico de en torno al 3,7% en el año mientras que en la Eurozona la caída será exactamente el doble (un 7,5%), con Alemania (la tradicional “locomotora” de la zona) anotando una flexión del 5,5%. En cuanto al desempleo, la caída de la actividad ha provocado un incremento en la tasa de paro en 2020 que, según FUNCAS, llegaría a superar el 16% mientras que la deuda pública alcanzaría el nivel del 120% del PIB, un máximo histórico.

Por lo que respecta a las estimaciones sobre la evolución de la economía tanto mundial como española en 2021, evidentemente todas las proyecciones pasan por las hipótesis que se contemplan en relación con la evolución de la segunda y tercera ola de la pandemia y, de manera muy singular, con la efectividad de las vacunas que se están administrando a la población. Precisamente sobre la base de que la virulencia del covid se haya apagado para la segunda mitad del año, el Fondo Monetario Internacional pronostica un rebote del PIB mundial del 5,8% en el ejercicio, mientras que, para la Unión Europea, la OCDE cifra el crecimiento de 2021 en un 3,6% (con Alemania avanzando un 2,8%), y en un 3,2% el de Estados Unidos. En cuanto a España, el FMI habla de un repunte del 7,2% siendo la economía de la Eurozona que más crezca, criterio que comparte la Comisión Europea, que estima que

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

el PIB español avanzará un 5,6% en el año con una evolución de la tasa de paro ligeramente al alza en el año hasta aproximarse al entorno del 18% para comenzar a disminuir a partir de 2022, y un ligero aumento de la deuda pública hasta niveles del 122% del PIB.

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 2020 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 2020 y 2019:

Titular	2020 Participación %	2019 Participación %
Mediaset S.p.A.	53,26	53,26
Mercado	42,38	42,38
Acciones propias	4,36	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 2020

Como cualquier otro aspecto de la sociedad y de la actividad económica, no cabe hablar del negocio de la televisión en abierto en 2020 sin relacionarlo con el brote y la evolución posterior del covid 19. Al margen de las medidas de protección y seguridad que nuestro Grupo tomó cuando se declaró el Estado de Alarma en todo el territorio nacional el catorce de marzo (en realidad, algunas como la provisión de ordenadores para asegurar la puesta en práctica del teletrabajo se tomaron incluso antes) y de las que damos cuenta más adelante, se observó durante el año como el sector de TV en abierto pasó a gozar de una posición de privilegio (si es que alguna vez había dejado de tenerlo) a raíz de ponerse en práctica las medidas de confinamiento extremo en todo el territorio nacional, prueba de lo cual es el enorme incremento del consumo de TV, que alcanzó niveles no vistos desde la crisis económica de la pasada década.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

A la vista de las extraordinarias circunstancias, los operadores de televisión tuvimos que poner en marcha de manera inmediata las medidas necesarias para garantizar la salud y la seguridad de nuestros empleados y de todos aquellos que colaboran con nosotros en la actividad empresarial teniendo en cuenta que éste es un sector en que la actividad presencial es fundamental para el desempeño diario de nuestro trabajo y también que, al ser un medio de comunicación, pasó a constituir un servicio público esencial tanto en la vertiente de información como en la de entretenimiento de manera que, junto con el teletrabajo, se activaron protocolos estrictos de salud e higiene con medidas de distanciamiento, uso de mascarillas e instalación de dispensadores de gel hidroalcohólico. Se decidió también interrumpir la producción de series y de películas hasta que no se produjera una mínima normalización de las condiciones de rodaje, medida que se hizo extensiva a los estrenos cinematográficos programados para el año.

Nuestro Grupo ha mantenido intacta la fuerza laboral durante en el año, sin ningún reajuste de plantilla ni decisión de acogerse a los Expedientes Reguladores de Empleo (ERTES) puestos en marcha en el ámbito laboral. También se arbitraron medidas para reforzar la posición financiera del Grupo a la vista de las incertidumbres provocadas por el estallido de la pandemia como fue incrementar la disponibilidad de las líneas de crédito comprometidas, que pasaron de 255 a 300 millones, y también reforzando los controles sobre los cobros de clientes en previsión de posibles situaciones de falta de liquidez o de insolvencia por parte de éstos debiéndose destacar que, en este ámbito, no se ha advertido empeoramiento alguno respecto a la situación anterior a la pandemia.

En cuanto a la situación del mercado de la publicidad, del que, aunque de manera claramente decreciente por el impulso de los nuevos negocios, aún depende una parte importante de la base de ingresos del Grupo, según los datos de la consultora i2p se produjo en el ejercicio una caída de la publicidad TV del 17,9% hasta los 1.641,3 millones de Euros, una cifra muy marcada por el impacto del período de confinamiento en el que el mercado cayó en torno a un 50%, habiéndose observado desde entonces que la actividad publicitaria pasaba a correlacionarse de manera estrecha con la evolución de la pandemia, de manera que los anunciantes, principalmente a la luz del incremento de las cifras de consumo de TV que ya hemos mencionado, volvían a contratar campañas cuando observaban un mínimo proceso de normalización en los hábitos de consumo de los ciudadanos.

A la fecha de preparación de este Informe de Gestión no se han hecho públicos los datos de distribución de publicidad TV entre los distintos operadores, no esperándose en todo caso grandes variaciones respecto a la cuota del Grupo en el mercado de publicidad TV reportada por Infoadex en los primeros nueve meses de 2020 (43,3%) que nos situaba en posición de indiscutido y prolongado liderazgo a una distancia considerable de nuestro inmediato perseguidor.

Como ya hemos mencionado, el consumo de TV se ha disparado en el año. Evidentemente, una parte importante de ese aumento se debe a las restricciones de movilidad que, en mayor o menor medida, han estado en vigor durante el período pero, evidentemente, ese no es el único factor determinante porque si la TV en abierto no hubiera sido una plataforma de comunicación atractiva y cercana al espectador ni hubiera adaptado su programación a las excepcionales circunstancias del momento, dicho incremento no se habría producido o lo hubiera hecho en mucha menor medida ya que el ciudadano medio hubiera dedicado su cuota

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

adicional de tiempo libre a la infinidad de plataformas de ocio, entretenimiento e información alternativas que hoy tiene a su disposición. Las cifras del año muestran una media de 241 minutos por persona y día, lo que representa un incremento de 19 minutos respecto a 2019, habiéndose llegado en el segundo trimestre del año, y en coincidencia con el período de confinamiento, a un registro de 264 minutos, unos guarismos que no se veían desde la crisis financiera de hace una década.

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 28,4% de audiencia y marcando una diferencia de 2,1 puntos con nuestro principal competidor.

El canal Telecinco ha liderado una vez más la audiencia con un 14,6%, a 2,6 puntos de diferencia de su principal competidor, mientras que Cuatro alcanzaba el 5,4% y un 8,4% el resto de los canales temáticos del Grupo, lo que les situó a una distancia de 0,9 puntos respecto a la marca obtenida por los canales temáticos de su principal competidor.

Comparando los resultados del Grupo en 2020 con los correspondientes a 2019 se aprecia lo siguiente:

- Los ingresos de explotación pasan de los 946.241 miles de euros a los 836.647 miles de Euros, una caída pronunciada debida fundamentalmente a la disminución de los ingresos publicitarios a resultas de la pandemia y que no se ha podido compensar por el incremento de los ingresos no publicitarios.
- Los gastos de explotación pasan de 681.347 miles de euros a 606.122 millones de euros, que muestra una reducción muy intensa como reflejo del esfuerzo realizado por adaptar la base de costes del Grupo a la excepcional realidad de mercado a que se asistió en el año 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 2020 se sitúa en 178.731 miles de euros frente a los 211.713 miles de euros registrados en 2019, una cifra relevante considerando el impacto del coronavirus en el mercado de la publicidad TV y que se ha conseguido a través de una compensación parcial de dicho impacto por parte los otros ingresos no publicitarios y también por la considerable reducción de costes operativos.

En marzo de 2020 el Grupo adquirió un 4,25% del capital de Prosieben Sat que se añade al 5,5% de las acciones del operador de televisión alemán que se habían comprado en noviembre de 2019. El conjunto de estas operaciones tiene un carácter netamente industrial y está íntimamente relacionada con la visión estratégica del Grupo en el sentido de una aproximación más global a los objetivos, retos y oportunidades que se ofrecen a los operadores de medios de comunicación en el entorno competitivo actual y que constituyen una parte integrante fundamental de la estrategia de negocio del Grupo mirando hacia el futuro.

DIVIDENDOS Y AUTOCARTERA

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

En el ejercicio 2020 no se repartió dividendo alguno como fue el caso con la mayoría de compañías en todos los sectores a la vista de la incertidumbre provocado por el estallido de la pandemia, y también porque se había previsto que tuviera lugar un reparto de dividendo desde la sociedad MFE una vez completada la fusión transfronteriza, operación que fue finalmente cancelada.

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 y también 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 de dicho 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.

Dicho lo anterior, no cabe sino destacar que 2020 ha sido un año desastroso para la industria cinematográfica de nuestro país. El 14 de marzo, con la declaración del Estado de Emergencia, cerraban por completo las salas de cine y sólo se volvieron a abrir el 3 de junio y con aforos reducidos. Salvo muy contadas excepciones en los meses de verano, los datos de asistencia semanal a salas no superan el 25% de las cifras de los ejercicios anteriores.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

El Grupo estrenó “Adú” el 31 de enero de 2020 y ésta ha sido la segunda película más taquillera del año, a la vez que se mantenían en exhibición algunos títulos estrenados en 2019 como “Si yo fuera rico” o “Lo dejo cuando quiera” y se reestrenaban otros títulos de la casa producidos en el pasado (“El laberinto del Fauno”, “Un monstruo viene a verme”, “Superlópez”, “Es por tu bien” y “Perfectos Desconocidos”).

Por lo que a “Adú” respecta, llegó a las salas de la mano de Paramount Pictures y ya el primer fin de semana consiguió superar el millón de Euros de recaudación y, cuando los cines echaron el cierre el 14 de marzo, había conseguido más de un millón de espectadores y seis millones trescientos cincuenta mil Euros de recaudación. En mayo, el título llegó a Netflix y se convirtió en pocos días en una de las películas de la plataforma más vistas.

Lo anómalo de la situación de 2020 provocada por la pandemia y que además trajo como consecuencia el inevitable parón en los nuevos rodajes, ha traído como consecuencia que nuestro Grupo cuente con estrenos potentes para 2021 siempre bajo la premisa de que no haya un nuevo confinamiento. En concreto, hablamos de los siguientes:

“Operación Camarón”: Comedia distribuida por “The Walt Disney Company” en la que repite Carlos Theron, director de la exitosa “Lo dejo cuando quiera”. Se trata de un “remake” de la italiana “Song’ e Napule” y está protagonizada por Julián López y Natalia de Molina.

“Malnazidos”: dirigida por Javier Ruiz Caldera (“Superlópez”) y Alberto de Toro, está protagonizada por Miki Esparbé y Aura Garrido. Fue elegida para inaugurar el Festival de Sitges en octubre del pasado año y llegará las pantallas de la mano de Sony Pictures Entertainment.

“Waydown”: es el proyecto más ambicioso del año. Dirigida por Jaume Balagueró, ha sido rodada en inglés con un reparto internacional en el que destacan Freddy Highmore (“The good doctor”), Liam Cunningham (“Juego de Tronos”) y los españoles José Coronado y Luis Tosar. La distribución correrá a cargo también de Sony Pictures International.

Si bien y por motivos de todos conocidos no se han hecho rodajes en 2020, se han acometido un buen número de proyectos entre los que cabe destacar la tercera parte de Tadeo Jones que, afortunadamente y al tratarse de un fil de animación, no se ha visto afectado por las medidas restrictivas. En estos momentos se está rodando “El cuarto pasajero”, una comedia dirigida por Alex de la Iglesia, que repite con nosotros tras la exitosa “Perfectos Desconocidos” y que cuenta con la participación de Blanca Suárez, Rubén Cortada, Ernesto Alterio y Alberto San Juan. Se espera que su estreno tenga lugar en 2022 también de la mano de Sony Pictures International. Existen también otros proyectos que se espera puedan acometerse en 2021 siempre con talento de primera línea y con los estándares de calidad que son para nosotros requisito indispensable en cualquier producción.

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 Theron y contando con un

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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’étais 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.

INTERNET

En 2020 nuestro Grupo ha consolidado su liderazgo en consumo de video digital según datos de Comscore, alcanzando su mejor resultado histórico con 5.221 millones de vídeos vistos entre enero y diciembre, una cifra que nos aúpa a la tercera posición del ranking global de consumo de videos, superados únicamente por Google y VEVO y que nos posiciona como el medio de comunicación con mayor consumo audiovisual con una cifra de 14.319 millones de minutos, por delante de Atresmedia (10.297 millones) y RTVE (8.043 millones).

Los datos atestiguan que hemos asistido en el año a un gran crecimiento de usuarios en las distintas cabeceras, destacando “Telecinco.es”, que ha cerrado el ejercicio con un crecimiento del 20% en usuarios únicos con respecto a 2019, con un promedio mensual de 10,4 millones. Además, el sitio alcanza los 1112 millones de videos frente a los 297 millones de Atresmedia. Por lo que respecta a “Cuatro.com”, se registran 4 millones de usuarios para un total de 225 millones de videos.

En cuanto a las plataformas de contenido de televisión, “Mitele.es” refuerza su liderazgo en consumo de videos con una marca de 2.976 millones de videos vistos frente a los 1.900 millones de Atresplayer, uno de sus principales competidores, mientras que la plataforma de contenidos digitales nativos “Mtmad” ha conseguido un total de 347 millones de videos, lo que representa un crecimiento del 49% respecto a 2019.

Por su parte, “Divinity” mejora su tráfico un 23% en comparación con el año anterior, con un promedio mensual de 3 millones de usuarios, alcanzando su récord absoluto en el mes de agosto con un registro de 3,8 millones de usuarios. Mención aparte merecen también los sitios de “El Desmarque” y “Nius”, que han arrojado muy buenos resultados en 2020. En el caso del primero, se ha observado un crecimiento hasta los 4,7 millones de usuarios de media mensual, con un pico en mayo de 6,5 millones mientras que, por lo que atañe al segundo, la media mensual de usuarios únicos se ha situado en 3,3 millones, con un pico de 4,5 millones en abril, su mejor registro desde que vio la luz.

La estrategia de fidelización y captación en 2020 permitió a “Mitele PLUS” alcanzar la cifra de 180.242 suscriptores en agosto, su récord absoluto. Tras la finalización de las competiciones de fútbol y contando con poco más de un año de vida, el servicio PLUS no ha dejado de crecer, con un incremento de 23.000 en la suscripción básica en los meses de agosto y septiembre mientras que “Mitele PLUS Internacional” ha superado los 15.000 usuarios activos.

A principios de agosto nació “Mitele CLUB”, una plataforma en la que los usuarios, con el simple requisito de estar suscritos al plan anual de “Mitele PLUS”, pueden participar en

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

experiencias exclusivas relacionadas con los programas y personajes de las cadenas del Grupo, acceder a ofertas y promociones especiales de productos y servicios de todo tipo y tomar partido en los debates que se generen en la comunidad. Hasta la fecha, más de 20.000 suscriptores pertenecer al Club de "Mitele PLUS".

En octubre se incorporó a la oferta de contenidos de "Mitele PLUS" el canal "007" con una duración de dos meses y una oferta de veinticinco películas a la carta de James Bond en versiones dobladas y originales a lo que se añadía la emisión en directo de todos los films durante veinticuatro horas y también documentales y material exclusivo del espía más famoso del universo cinematográfico. En diciembre tuvo lugar la incorporación del canal "Fight Sports", una propuesta de 24/7 en directo para los amantes de los deportes de contacto (boxeo, artes marciales mixtas (MMA), kickboxing, kárate, judo sumo etc.) y también se preestrenaron en exclusiva las telenovelas completas "Matrimonio por sorpresa" y "Encadenada".

ACCIONES PROPIAS

A 31 de diciembre de 2020 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, idéntica cifra a la registrada a 31 de diciembre de 2019, estando por debajo del máximo permitido por la Ley de Sociedades de Capital para entidades cotizadas.

PAGO A PROVEEDORES

En el año 2020 el período medio de pago a los proveedores nacionales del Grupo ha sido de 86 días, una cifra superior a la registrada en 2019 (68 días) y cuya explicación radica casi exclusivamente al riguroso control ejercitado por el Grupo en relación con 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. Con la disrupción creada por las medidas de confinamiento y la emergencia del teletrabajo, muchos proveedores han tardado mucho más en cumplimentar los citados requisitos. Por lo demás, el Grupo cumple escrupulosamente las pautas marcadas en la citada normativa anti-morosidad.

EL TÍTULO MEDIASET ESPAÑA

El título Mediaset España, al igual que el de sus comparables europeos, ha sido penalizado con fuerza en Bolsa por el impacto del covid 19. Tras los generalizados descensos en las cotizaciones en marzo de 2020, el valor entró en un movimiento lateral que se extiende hasta finales de octubre y en coincidencia con la presentación de resultados de los primeros nueve meses del año. A partir de ese momento, y hasta finales del año, el título consigue un avance del 59,1%.

El 22 de junio Mediaset España abandona el Ibex 35 al no cumplir con los requisitos de capitalización y volumen requeridos para su permanencia en el selectivo. Los menores volúmenes negociados se deben al elevado número de títulos que fueron inmovilizados como requisito para solicitar el derecho de separación en el proyecto "Media for Europe" (MFE). En agosto, las acciones inmovilizadas ascendían a 35 millones de títulos aproximadamente. La fuerte penalización en términos de capitalización se debe principalmente al impacto de la pandemia. Con idéntica fecha, es decir el 22 de junio, Mediaset España entra a formar parte del índice Ibex Medium Cap.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

El máximo anual del título se registró el 7 de enero (5,67 Euros) mientras que el mínimo anual se marcó el 23 de marzo con un registro de 2,67 Euros. A 31 de diciembre, Mediaset España cotiza a 4,26 Euros.

A nivel sectorial, el 31 de diciembre el operador alemán Prosieben Sat7 presenta el mejor comportamiento en el ejercicio con un retroceso de apenas un 1,1%, siguiéndole en el ranking TF1 (-10,9%), Atresmedia (-17,3%), M6 (-21,0%), Mediaset SpA (-21,6%), Mediaset España (-24,7%) e ITV (-29,3%). En el caso de esta última, el título sufrió las incertidumbres relacionadas con la resolución del Brexit.

En todo caso, debemos resaltar el comportamiento de los operadores de TV en el último trimestre del año a resultas, por un lado, de un mejor comportamiento del mercado publicitario respecto a lo que cabía esperar y, por el otro, del anuncio de las vacunas de Pfizer y Moderna, todo lo cual hacía atisbar una recuperación más acelerada de la normalidad económica.

El total de títulos de Mediaset España negociados en el ejercicio asciende a 184,9 millones frente a los 284,7 millones de 2019, lo que supone una caída del 35,1% que se explica fundamentalmente por las acciones que ejercieron el derecho de separación en el proceso de fusión transfronteriza y que necesariamente resultaron inmovilizadas en el período de enero a agosto. Tras el anuncio de la suspensión del proyecto MFE el 5 de agosto de 2020, se procedió a la desmovilización de los títulos acogidos al derecho de separación.

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) Remuneraciones a los Consejeros y (iii) Estado de Información no financiera 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

La información no financiera correspondiente al ejercicio 2020 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 13.6 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

Con posterioridad al cierre del ejercicio, el Grupo adquirió un paquete adicional de ocho millones de acciones de Prosieben Sat, lo que amplía su porcentaje de participación en el operador alemán al 13,18%.

ESTRUCTURA DE CAPITAL

A 31 de diciembre de 2020 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.

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

El 22 de junio Mediaset España abandona el Ibex 35 al no cumplir con los requisitos de capitalización y volumen requeridos para su permanencia en el selectivo. Los menores volúmenes negociados se deben al elevado número de títulos que fueron inmovilizados como requisito para solicitar el derecho de separación en el proyecto “Media for Europe” (MFE). En agosto, las acciones inmovilizadas ascendían a 35 millones de títulos aproximadamente. La fuerte penalización en términos de capitalización se debe principalmente al impacto de la pandemia. Con idéntica fecha, es decir el 22 de junio, Mediaset España entra a formar parte del índice Ibex Medium Cap.

PERSPECTIVAS DE EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE LA SOCIEDAD

El negocio del Grupo en 2021, como el de la economía española en su conjunto, estará indisolublemente ligado a la evolución del covid 19 y de la efectividad en el proceso de vacunación puesto en marcha a principios de este año, siendo esta evolución la que en última instancia determinará la velocidad de recuperación del producto interior bruto (y del consumo privado que constituye su variable fundamental) y, por tanto, del mercado de publicidad cuya correlación con las variables macroeconómicas, aún no de manera tan elástica como en años pasados ni evidenciando una ciclicidad tan cerrada, se sigue manteniendo.

Por otra parte, y de manera cada vez más resuelta debido al número de años que llevamos acometiéndola y también porque su crecimiento ha demostrado ser más elevado que el de la publicidad convencional de TV, nuestro Grupo continuará tratando de incrementar 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, fenómenos y situaciones todas ellas que ya han cristalizado y mostrado resultados muy positivos en 2020.

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 en 2020 ha alcanzado niveles de crecimiento elevadísimos.

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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, con iniciativas novedosas destinadas a incrementar el universo de usuarios únicos y siempre con una estrategia basada en la venta de publicidad en los distintos soportes como principal fuente de ingresos. En este contexto, continuaremos explotando las oportunidades de crecimiento a través de adquisiciones que aporten valor añadido tal y como hemos venido realizando en los últimos años.

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

Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2020
(En miles de euros)

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 2021 nuestro Grupo contará con un evento deportivo de singular relevancia que no es otro que el Campeonato Europeo de selecciones nacionales del que poseemos los derechos para todos los partidos y que se canceló en 2020 a consecuencia de la pandemia.

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. En este sentido, prestaremos singular atención a las posibilidades de inversión que nos permitan avanzar en una consolidación internacional de negocio, ya que consideramos que el futuro del sector pasa necesariamente por atender a las posibilidades de desarrollo de proyectos concretos en este sentido como única manera de asegurar un crecimiento sostenible y duradero, todo ello sin renunciar a la fortaleza local del negocio, singularmente en el ámbito de la producción de contenidos, donde contamos ya con una potencia de fuego a la vez variada y completa a través de nuestra estrategia de participaciones minoritarias en compañías del sector, siendo nuestra intención profundizar y ampliar el abanico de inversiones con las que contamos como medio de conseguir y retener el talento en un entorno en el que la demanda de productos de calidad es cada vez mayor.

**INFORME ANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO
DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS COTIZADAS**

DATOS IDENTIFICATIVOS DEL EMISOR

FECHA FIN DEL EJERCICIO DE REFERENCIA

31/12/2020

C.I.F. A-79075438

Denominación Social:

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Domicilio Social:

CARRETERA FUENCARRAL A ALCOBENDAS, 4. MADRID

**INFORME ANUAL DE GOBIERNO CORPORATIVO
DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS COTIZADAS**

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

Observaciones

Indique si existen distintas clases de acciones con diferentes derechos asociados:

Sí

No X

Clase	Número de acciones	Nominal unitario	Número unitario de derechos de voto	Derechos y obligaciones que confiere

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	
SIMON DAVIS	0,00	2,11	0,00	0,00	2,11
MELQART OPPORTUNITIES MASTER FUND LTD	0,00	0,00	2,00	2,00	2,00
SAND GROVE OPPORTUNITIES MASTER FUND LTD	0,00	0,00	0,00	1,67	1,67
SILVIO BERLUSCONI	0,00	50,21	0,00	0,00	50,21

Observaciones

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 acaecidos durante el ejercicio:

Movimientos más significativos
El 29 de junio de 2020 Melqart Opportunities Master Fund Ltd comunicó el aumento en la participación del capital social de la compañía hasta alcanzar el 2,003% de los derechos de voto.

El 17 de noviembre de 2020 Sand Grove Opportunities Master Fund Ltd comunicó el aumento en la participación del capital social de la compañía hasta alcanzar el 1,673% de los derechos de voto.

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
---	-------------

Observaciones

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					

Observaciones

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% de derechos de votos 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.
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 X

Indique si la sociedad conoce la existencia de acciones concertadas entre sus accionistas. En su caso, descríbalas brevemente:

Sí No X

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 X No

Nombre o denominación social
SILVIO BERLUSCONI

Observaciones

A.9 Complete los siguientes cuadros sobre la autocarera 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

Observaciones

(*) A través de:

Nombre o denominación social del titular directo de la participación	Número de acciones directas
Sin datos	
Total:	

Observaciones

Explique las variaciones significativas habidas durante el ejercicio:

Explique las variaciones significativas

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 4 de septiembre de 2019, en el punto tercero 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 232.116.592 votos a favor, representativos del 93,199%, 16.746.943 votos en contra, representativos del 6,724%, 184.034 abstenciones, representativas del 0,074% y 7.261 en blanco, representativos del 0,003%.

Se reproduce a continuación el contenido del acuerdo aprobado:

“A efectos de permitir la adquisición de acciones en autocartera para aplicarlas a los programas retributivos y/o para su venta (incluido en el contexto de la Fusión), se aprueba autorizar al consejo de administración, de conformidad con las disposiciones de los artículos 146 y siguientes de la LSC, a adquirir, por cualquier medio, acciones en autocartera de Mediaset España, y se aprueba revocar la autorización concedida al consejo de administración para el mismo fin en la junta general ordinaria de Mediaset España celebrada el 13 de abril de 2016, por la cantidad no utilizada.

La autorización se confiere con las siguientes limitaciones y requisitos:

Las acciones podrán adquirirse a título oneroso o gratuito.

(ii) El valor nominal de las acciones en autocartera adquiridas, sumadas a las que ya posea Mediaset España y sus filiales, no excederá del diez por ciento (10%) del capital social emitido y en circulación de Mediaset España, salvo en los casos en que sea necesario para satisfacer el derecho de los accionistas que hayan ejercitado su derecho de separación al haber votado en contra de la Fusión, sometida a la Junta General Extraordinaria en virtud del punto SEGUNDO del orden del día.

(iii) Las acciones adquiridas deberán estar íntegramente desembolsadas, libres de cargas y gravámenes, y no estarán sujetas al cumplimiento de ninguna obligación.

(iv) El precio mínimo de adquisición de las acciones será su valor nominal y el precio máximo de adquisición de las acciones no excederá del más alto entre (a) 6,5444 euros por acción, y (b) ciento veinte por ciento (120%) de su valor de mercado en la fecha de adquisición. A efectos aclaratorios, en los casos en que la adquisición de acciones se produzca en el contexto del ejercicio de los derechos de separación por accionistas que hayan votado en contra de la Fusión sometida a la Junta General Extraordinaria en virtud del punto SEGUNDO del orden del día, el precio pagadero será 6,5444 euros, tal y como se prevé en el Proyecto Común de Fusión Transfronteriza.

(v) El plazo de la autorización es de cinco (5) años a partir de la fecha del presente acuerdo.

(vi) Se cumplirá con el reglamento de conducta interna de Mediaset España en la adquisición de acciones en autocartera.

La autorización comprende la posibilidad de utilizar la totalidad o parte de las acciones en autocartera así adquiridas para la ejecución de programas retributivos que impliquen la entrega de acciones o de opciones de compra de acciones, o que se basen, en cualquier forma, en la evolución del precio de mercado de las acciones, conforme a lo previsto en el artículo 146.1.a) de la LSC, así como la posibilidad de vender de cualquier otra forma las acciones en autocartera así adquiridas.

En particular, en relación con las acciones en autocartera adquiridas como consecuencia del ejercicio del derecho de separación por los accionistas que hayan votado en contra de la Fusión, sometida a la Junta General Extraordinaria en el punto SEGUNDO del orden del día, el consejo de administración podrá solicitar a terceros compromisos de compra de dichas acciones (que podrán ser firmes o estar sujetos a las condiciones que el consejo de administración estime oportunas) y/o venderlas mediante operaciones de mercado abierto, accelerated book-building offering, operaciones extrabursátiles o cualquier otra modalidad que el consejo de administración considere adecuada, dadas las circunstancias, para maximizar la seguridad de ejecución y el precio al que se venden las acciones.

Asimismo, conforme a esta autorización y con arreglo al art. 148 LSC, el consejo de administración deberá, tras la adquisición de acciones en autocartera, constituir en el patrimonio neto una reserva equivalente al importe del precio de adquisición de las acciones en autocartera así adquiridas computado en el activo. Esta reserva deberá mantenerse en tanto las acciones no sean enajenadas.

Finalmente, la autorización al consejo de administración también lo es, con expresa facultad de delegación en los consejeros que estime pertinentes, así como en el consejero delegado y el secretario del consejo, con la amplitud que sea necesaria, para adoptar los acuerdos o llevar a cabo las actuaciones que sean necesarios o convenientes para la completa ejecución del presente acuerdo y el cumplimiento de la legislación aplicable.”

A.11 Capital flotante estimado:

	%
Capital Flotante estimado	42,40

Observaciones

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 X

Descripción de las restricciones

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 X

En su caso, explique las medidas aprobadas y los términos en que se producirá la ineficiencia de las restricciones:

Explique las medidas aprobadas y los términos en que se producirá la ineficiencia

A.14 Indique si la sociedad ha emitido valores que no se negocian en un mercado regulado de la Unión Europea.

Sí No X

En su caso, indique las distintas clases de acciones y, para cada clase de acciones, los derechos y obligaciones que confiera.

Indique las distintas clases de acciones

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 X 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
<p>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.</p> <p>Los porcentajes exigidos en segunda convocatoria coinciden con lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital.</p> <p>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.</p>

- 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 X

Describa en qué se diferencia del régimen previsto en la LSC.

	Mayoría reforzada distinta a la establecida en el artículo 201.2 LSC para los supuestos del 194.1 LSC	Otros supuestos de mayoría reforzada
% establecido por la entidad para la adopción de acuerdos		

Describa las diferencias

- 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 (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.

Como excepción a lo anterior, de conformidad con el artículo 4.2 de los estatutos, el Consejo de Administración es competente para trasladar el domicilio social dentro del mismo término municipal.

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:

Fecha junta general	Datos de asistencia				
	% 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
05/02/2020	0,05	69,61	0,01	0,48	70,15
De los que Capital flotante	0,05	16,34	0,01	0,48	16,88
10/06/2020	0,03	72,26	0,00	0,42	72,71
De los que Capital flotante	0,03	18,99	0,00	0,42	19,44

Observaciones

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 X

Puntos del orden del día que no se han aprobado	% voto en contra (*)

(*) Si la no aprobación del punto es por causa distinta del voto en contra, se explicará en la parte de texto y en la columna de "% voto en contra" se pondrá "n/a".

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 X

Número de acciones necesarias para asistir a la junta general	
Número de acciones necesarias para votar a distancia	

Observaciones

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 X

Explicación de las decisiones que se deben someter a la junta, distintas a las establecidas por Ley

B.8 Indique la dirección y modo de acceso, en 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 ADMINISTRACIÓN 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	12

Observaciones

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 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	12
-----------------------------------	-----------

Indique los ceses que, ya sea por dimisión o por acuerdo de la junta general, 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 de cese	Fecha del último nombramiento	Fecha de baja	Comisiones especializadas de las que era miembro	Indique si el cese se ha producido antes del fin del mandato
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	Independiente	18/04/2018	02/03/2020	La Sra. Revoredo era miembro de la comisión de auditoría y cumplimiento.	SI

La Sra. Revoredo comunicó a los consejeros su decisión de cesar como consejero independiente debido a motivos personales que le impedían seguir en su cargo. El consejo de administración en pleno le agradeció la labor y dedicación prestada a la compañía en los años de su mandato.

C.1.3 Complete los siguientes cuadros sobre los miembros del consejo y su distinta categoría:

CONSEJEROS EJECUTIVOS

Nombre o denominación 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).
		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

<p>DON PAOLO VASILE</p>	<p>CONSEJERO DELEGADO</p>	<p>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 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.</p>
<p>DON MASSIMO MUSOLINO</p>	<p>Director General de Gestión y</p>	<p>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</p>

	Operaciones	<p>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.</p> <p>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.</p>
--	-------------	---

Número total de consejeros ejecutivos	3
% sobre el total del consejo	25,00

Observaciones

CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES

Nombre o denominación 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 de emisoras "libres". Luego se unió a FRT,

		<p>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 Jurídicos y 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 de 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).</p>
DON NICCOLÓ QUERCI	MEDIASET SPA	<p>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 finales 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 diversificadas y nuevas del Grupo. De 1992 a 1999 fue asistente y oficial de secretaría de Silvio Berlusconi,</p>

		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.
DON BORJA PRADO EULATE	MEDIASET SPA	<p>Cursó estudios de Derecho en la Universidad Autónoma de Madrid.</p> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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	41,67

Observaciones

CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES

Nombre o denominación 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
	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

<p>DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL</p>	<p>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 Auditoría 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.</p>
	<p>Posee estudios de Ciencias Biológicas por la</p>

<p>DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL</p>	<p>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 Círculo 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.</p>
--	---

<p>Número total de consejeros independientes</p>	<p>3</p>
<p>% total del consejo</p>	<p>25,00</p>

<p>Observaciones</p>

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

		<p>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 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</p>
--	--	--

			<p>(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 Fundación 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 Asociación de Editores</p>
--	--	--	--

			<p>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).</p> <p>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 Jaime 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.</p>
--	--	--	--

Número total de otros consejeros externos	1
% total del consejo	8,33

Observaciones

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			
Observaciones			

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 2020	Ejercicio 2019	Ejercicio 2018	Ejercicio 2017	Ejercicio 2020	Ejercicio 2019	Ejercicio 2018	Ejercicio 2017
Ejecutivas	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Dominicales	1	1	1	0	20,00	20,00	20,00	0,00
Independientes	2	3	3	3	66,66	75,00	75,00	75,00
Otras Externas	0	0	0	0	0,00	0,00	0,00	0,00
Total:	3	4	4	3	25,00	30,77	30,77	23,01

Observaciones

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 x 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 género, 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.

Con fecha 23 de diciembre de 2020 el Consejo de Administración de la Sociedad acordó la aprobación de la Política de diversidad del Consejo de Administración y selección de consejeros, modificando la política anterior a los efectos de adaptarla a las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno modificadas en junio de 2020 y a los principios de la Guía Técnica 1/2019 sobre Comisiones de Nombramientos y Retribuciones.

La Política de diversidad del Consejo de Administración y selección de consejeros, que tiene por objeto favorecer una composición apropiada del Consejo de Administración, asegurando que las propuestas de nombramiento o reelección de consejeros se fundamentan en un análisis previo de las competencias requeridas por el Consejo y favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias, edad y género, todo ello de forma concreta y verificable, se asienta sobre los siguientes

PRINCIPIOS GENERALES

Composición adecuada del Consejo de Administración. La composición del Consejo deberá ser la adecuada para el mejor ejercicio de sus funciones, a cuyos efectos los procedimientos de selección de consejeros deberán fundamentarse en un análisis previo de las competencias requeridas por el Consejo de Administración.

Promoción activa de la diversidad en la composición del Consejo y sus Comisiones. Se favorecerá la diversidad en la composición del Consejo y sus Comisiones, entre otros aspectos, en cuanto a conocimientos, experiencias, edad y género, promoviendo las medidas necesarias para asegurar la igualdad de oportunidades y velando por que los procedimientos de selección de candidatos no adolezcan de sesgos implícitos que puedan implicar discriminación alguna.

Transparencia en los procedimientos de selección de candidatos. Los procedimientos de selección y nombramiento de consejeros de la Sociedad serán transparentes, documentándose y recogiendo sus principales conclusiones en los informes y propuestas de los órganos competentes que deben ser puestos a disposición de los accionistas con ocasión de la celebración de las Juntas Generales que deban acordar su nombramiento, reelección o ratificación.

Cumplimiento de la normativa aplicable y de los principios de buen gobierno corporativo. Los procesos de selección de consejeros de la Sociedad se llevarán a cabo en cumplimiento de la legislación vigente, de los Estatutos Sociales y demás normativa interna de la Sociedad, teniendo en cuenta asimismo las mejores prácticas de buen gobierno en esta materia.

En relación con ello, se llevan a cabo, entre otras, las siguientes actuaciones:

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.

C.1.6

Sin perjuicio de lo anterior, el Consejo de Administración de Mediaset y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones mantienen una política respecto de las renovaciones en el Consejo de Administración basada en la coordinación de los principios de representatividad con los de diversidad e independencia, teniendo en cuenta las recomendaciones de buen gobierno. En este sentido, particularmente en las ratificaciones y reelecciones, velan por la conveniente estabilidad en la composición del Consejo de Administración y sus Comisiones con el objeto de mantener la necesaria idoneidad del Consejo de Administración en su conjunto preservando la experiencia y conocimientos de quienes han venido ejerciendo el cargo de Consejero.

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. Indique también si entre estas medidas está la de fomentar que la compañía cuente con un número significativo de altas directivas:

Explicación de las medidas

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones supervisa la aplicación de la aplicación de la Política de diversidad en el Consejo de Administración y selección de consejeros en el momento de nombramiento de los consejeros, recogiendo en el informe o propuesta correspondiente las razones que justifican la adecuación del candidato. En particular, con el fin de promover la diversidad de género, 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.

En este sentido, con 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 representaba el 30% del total de los miembros del Consejo de Administración; en el año 2020 se produjo la dimisión de Doña Helena Revoredo, sin que la vacante haya sido cubierta hasta la fecha, fijándose el porcentaje de consejeras en un 25%.

De otro lado, la Política establece que, con el fin de promover la diversidad de género, la Sociedad establecerá medidas que fomenten que la Sociedad cuente con un número significativo de altas directivas, sin perjuicio de los criterios esenciales de mérito y capacidad que deben regir en todos los procesos de selección de personal de la Sociedad y su Grupo.

Cuando a pesar de las medidas que, en su caso, se hayan adoptado, sea escaso o nulo el número de consejeras o altas directivas, explique los motivos que lo justifiquen:

Explicación de los motivos
No aplicable

C.1.7 Explique las conclusiones de la comisión de nombramientos sobre la verificación del cumplimiento de la política dirigida a favorecer una composición apropiada del consejo de administración.

Mediaset España tiene un alto compromiso con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo y, en particular con la promoción de la diversidad respecto a cuestiones como la edad, el género, la formación y experiencias profesionales. En este sentido, el Consejo Administración de la Sociedad continúa trabajando, apoyándose para ello en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, y promoviendo las actuaciones necesarias para favorecer una composición adecuada y diversa del Consejo de Administración y sus Comisiones.

De conformidad con lo anterior, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, que vela periódicamente por el cumplimiento de la Política de diversidad del Consejo de Administración y selección de consejeros, considera que la composición actual del Consejo de Administración es la adecuada para el mejor ejercicio de sus funciones, y refleja un adecuado equilibrio de requisitos de idoneidad y diversidad de los miembros del Consejo, en particular en cuanto a formación, experiencias profesionales, competencias, experiencia en el sector y conocimiento de la Sociedad y de su Grupo, orígenes personales y profesionales, entre otros.

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 X

Nombre o denominación social del accionista	Explicación

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.
MASSIMO MUSOLINO	<p>A) Realizar cualquier tipo de acto y perfeccionar cualquier tipo de negocio jurídico o contrato relacionado con las actividades que conforman el objeto social de la Compañía, sobre todo tipo de bienes o derechos, con la única exclusión de la compra-venta o gravamen de bienes inmuebles y la compra-venta o suscripción de acciones o participaciones en compañías mercantiles.</p> <p>Todos estos actos o negocios podrán ser efectuados y formalizados, respectivamente; siempre que, individualmente, no supongan para la Compañía la asunción de obligaciones económicas o valubles económicamente superiores a un millón ochocientos tres mil treinta y seis euros (1.803.036).</p> <p>No obstante, y particularmente en relación con las actividades que, a continuación, se relacionan, el límite económico por cada acto, negocio o contrato, individualmente</p>

	<p>considerado, será de tres millones cinco mil sesenta (3.005.060) euros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Realizar y autorizar pagos, por cualquier procedimiento, que permita la legislación española, de cuantas cantidades adeude la Compañía a toda clase de personas, públicas y privadas, Autoridades, Organismos, centros y jerarquías del Estado, Comunidades Autónomas, Provincias o Municipios. - Realizar transferencias entre las cuentas bancarias titularidad de la Compañía, así como a cualquier otra cuenta titularidad de cualquiera de las empresas que forma parte de la Compañía. - Librar, aceptar, endosar, negociar, descontar y pagar letras de cambio, pagarés a la orden y toda clase de documentos de giro y cualesquiera documentos a la orden. - Abrir, disponer, seguir, utilizar, administrar, gestionar y cancelar cuentas corrientes, de crédito y líneas de crédito, en cualquier clase de entidades de crédito o ahorro, bancos incluso el de España, Institutos y Organismos Oficiales, retirando cantidades, firmando cheques, mandatos de transferencias, aprobando los extractos de cuentas, constituyendo y retirando depósitos, fianzas y realizando, en dichas entidades, cuantas operaciones bancarias estén comprendidas en los Estatutos y Reglamentos de las mismas. <p>B) Comparecer en calidad de representante legal de la Compañía ante cualesquiera Organismos Públicos y Privados, en todo tipo de actos, juicios y procedimientos, pudiendo por tanto, absolver posiciones y prestar confesiones enjuicio.</p> <p>Contratar artistas a cambio de una</p>
--	--

	<p>contraprestación económica nunca superior a la cantidad de tres millones cinco mil sesenta (3.005.060€).</p> <p>Realizar todo tipo de contratos necesarios para la producción de programas televisivos y la adquisición de derechos de naturaleza intelectual, industrial o de imagen atinentes a cualesquiera obras audiovisuales y personas hasta un límite máximo de tres millones cinco mil sesenta (3.005.060) euros, entendiéndose por tal aquella obra audiovisual que esté compuesta por más de dos programas o capítulos conexos entre sí. Este opera en relación con el presupuesto total de cada programa o serie e incluye por tanto, no sólo las prestaciones de la parte contratante sino de Mediaset España Comunicación, SA.</p>
MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	<p>Comparecer como representante legal ante toda clase de autoridades, Juzgados, Tribunales, Magistraturas, Fiscalías, Jurados, Comisiones, Notarías, Registros, Oficinas, Centros, Dependencias, Delegaciones, Ministerios, Comunidades y Entes autonómicos, Provincias o Municipios, Ayuntamientos y ante quien y como corresponda, de cualquier clase, ramo y Jurisdicción; comparecer en toda clase de litigios, procesos, expedientes, sean civiles, incluso los universales, voluntarios y necesario de testamentaria, concursos, quiebras, suspensiones de pagos, tasas, sindicales, inspección o gestión tributaria, laborales o sociales, de la agricultura, la industria o la vivienda, como actor, demandado, acusador privado, coadyuvante o en el concepto que fuere; resolver posiciones y prestar confesión en juicio; seguir el litigio, proceso, expediente y juicio por sus peculiares trámites, naturales incidentes o incidencias recursos, incluso el de revisión, y oportunos reposición, gubernativo,</p>

injusticia notoria, apelación, casación y cuantos más hubiere, aún ante el Tribunal Supremo y el Tribunal Constitucional, todo hasta obtener auto, sentencia o resolución firme y su cumplimiento; nombrar abogados y procuradores de los Tribunales, con las facultades acostumbradas en los poderes impresos para pleitos; lo mismo en negocios de jurisdicción voluntaria; hacer y contestar requerimientos y notificaciones notariales y efectuar cuanto más fuere conveniente o necesario para la efectividad, garantía, conservación y defensa de los bienes, derechos e intereses de la Sociedad; conferir poderes con facultades, con carácter permanente, para asuntos concretos o funciones determinadas, incluso la de factor mercantil, otorgando al efecto, las delegaciones y los poderes precisos.

- Solicitar certificados a la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre-Real Casa de la Moneda, para obtener la condición de titular de los sistemas de comunicación y suministro de datos relativos a las declaraciones a través de técnicas y medios electrónicos, informáticos y telemáticos, de conformidad con el Anexo VI de la Orden de 24 de abril de 2000 y, asimismo realizar todos los actos y gestiones que sean necesarios para obtener de los órganos competentes todas las calificaciones, autorizaciones y títulos necesarios para poder presentar declaraciones tributarias a través de técnicas y medios electrónicos, informáticos y telemáticos en virtud de dicha Orden. Asimismo y conforme a la Ley 59/2003 de 19 de Diciembre y demás normas o leyes complementarias, solicitar y gestionar cuantos documentos públicos y/o privados sean necesarios o convenientes para la obtención del Certificado Electrónico de Personas Jurídicas (CPJ) de la autoridad certificadora

	<p>correspondiente para la presentación de todo tipo de documentos, declaraciones, solicitudes de ayudas y subvenciones a través de "Internet"; utilizar el Certificado Electrónico de Personas Jurídicas (CPJ) ante cualquier organismo público o privado, de ámbito estatal y/o autonómico para el envío y presentación de todo tipo de documentos públicos y/o privados, declaraciones, modelos, solicitudes, subvenciones, etc. a través de Internet.</p> <p>- Firmar y seguir correspondencia; hacer y retirar giros y envíos, formular reclamaciones por pérdidas, mermas o averías y negociar y pactar las indemnizaciones correspondientes; celebrar, resolver, modificar o extinguir contratos de suministros y ejecuciones de obra.</p> <p>- Reconocer, cualesquiera deudas aceptar, reclamar y cobrar y créditos por capital, intereses, dividendos y amortizaciones; firmar cartas de pago, recibos, saldos, conformidades o resguardos, con relación a cualquier persona o entidad pública o privada, incluso el estado, Comunidades autónomas, Provincia o Municipio, y, particularmente, Delegaciones de Hacienda, donde se extenderán estas facultades a realizar cobros, pagos, consignaciones, aceptar liquidaciones, impugnarlas, cobrar libramientos, desgravaciones fiscales u otros conceptos, pagar impuestos y arbitrios, recurrir las liquidaciones realizadas y cobrar las cantidades que procedan como consecuencia de los recursos interpuestos</p> <p>- Representar a la Compañía en todas las sociedades en las que ésta tenga alguna participación accionarial o societaria, así como en las asociaciones a las que</p>
--	--

	<p>pertenezca, y asistir a sus juntas de accionistas y reuniones del Consejo de Administración u organismo que haga sus veces, con facultad de adoptar y aprobar acuerdos; reclamar cupones, dividendos, intereses, sueldos y beneficios sociales y modificar o disolver, prorrogar y liquidar las referidas Sociedades, Asociaciones, Agrupaciones o Uniones Temporales.</p> <p>- Solicitar de cualesquiera Oficinas y Registros de la Propiedad Industrial e Intelectual, nacionales o extranjeros, el registro y concesión de patentes, modelos de utilidad, modelos industriales, marcas y en general, toda clase de derechos de propiedad industrial e intelectual, incluidos nombres de dominios y derechos para la utilización de redes y sistemas de información. Apoderar y designar Agentes de la Propiedad Industrial e Intelectual, nacionales y extranjeros, para la tramitación, gestión, solicitud y concesión de toda clase de derechos de la Propiedad Intelectual e Industrial. Adquirir patentes, modelos de utilidad, modelos industriales, marcas, licencias, "know-how", y en general toda clase de derechos de propiedad industrial e intelectual. La presente facultad se extiende a los nombres de dominios y portales de acceso a Internet, y cualesquiera comunicaciones, otras redes y entornos de transmisión de datos y comercio electrónico que en el futuro pudieran desarrollarse.</p>
COMISIÓN EJECUTIVA	Ostenta todas las facultades inherentes al Consejo, salvo las indelegables legal y estatutariamente.

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 MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU	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 Tele5, SAU	Presidente	NO
DON PAOLO VASILE	Telecinco Cinema, SAU	Presidente	NO
DON PAOLO VASILE	Conecta 5 Telecinco, SAU	Presidente	NO
DON PAOLO VASILE	Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU	Presidente y Consejero Delegado	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
DON MASSIMO MUSOLINO	Mediacinco Cartera, SLU	Presidente y	SI

		Consejero delegado	
DON MASSIMO MUSOLINO	Producción y Distribución de Contenidos Audiovisuales Mediterráneo, SLU	Consejero	NO
DON MASSIMO MUSOLINO	Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación, SAU	Consejero	NO

Observaciones

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 regulados 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
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Caixabank, SA	CONSEJERO
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	Endesa, SA	CONSEJERO

Observaciones

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.

C.1.13

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.

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)	5.705
Importe de los derechos acumulados por los consejeros actuales en materia de pensiones (miles de euros)	0
Importe de los derechos acumulados por los consejeros antiguos en materia de pensiones (miles de euros)	0

Observaciones

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-Financiera
DON JOSÉ LUIS VILLAGRE	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

Número de mujeres en la alta dirección	3
Porcentaje sobre el total de miembros de la alta dirección	15,79

Remuneración total alta dirección (en miles de euros)	8.461
--	--------------

Observaciones

C.1.15 Indique si se ha producido durante el ejercicio alguna modificación en el reglamento del consejo:

Sí

No

Descripción modificaciones
Durante el ejercicio 2020 se han modificado ciertos artículos del Reglamento del Consejo de Administración con el objeto de adaptarlo a la reforma parcial del Código de Buen Gobierno de la CNMV de junio de 2020

(en línea asimismo con la Guía Técnica 1/2016 de buenas prácticas para la aplicación del principio «cumplir o explicar») y, en consonancia con ello, la Circular 1/2020, de 6 de octubre, de la CNMV que modifica los modelos de Informe Anual de Gobierno Corporativo y de Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros, además de incorporar alguna modificación puntual derivada de otras normas vigentes (incluida la Ley de Sociedades de Capital).

Los artículos y modificaciones realizadas han sido esencialmente las siguientes:

Modificación del artículo 6 "Competencias del Consejo de Administración" para adaptar la redacción a los requerimientos de la nueva redacción de las Recomendaciones 4 y 14 del Código de Buen Gobierno de junio de 2020, en línea asimismo con lo previsto en el artículo 540.4.c) 6º LSC, en su redacción dada por la Ley 11/2018 y la Guía Técnica 1/2019 de la CNMV sobre comisiones de nombramientos y retribuciones, y completarlo de conformidad con lo previsto en el artículo 529 ter.1.j) de la Ley de Sociedades de Capital, en su redacción dada por la Ley 11/2018.

Modificación del artículo 13 "Dimisión y cese de los Consejeros" para adaptar la redacción a los requerimientos de la nueva redacción de las Recomendaciones 22 y 24 del Código de Buen Gobierno de junio de 2020, y en relación con ello los artículos 32 ("Deber de diligencia") en su apartado 2.g), y 35 ("Deberes de comunicación") en su apartado 2.

Modificación del artículo 19 "Comisión Ejecutiva" para adaptar la redacción a los requerimientos de la nueva redacción de las Recomendaciones 37 y 38 del Código de Buen Gobierno de junio de 2020.

Modificación del artículo 21 "La Comisión de Auditoría y Cumplimiento" para adaptar la redacción a los requerimientos de la nueva redacción de la Recomendación 42.1.a) del Código de Buen Gobierno de junio de 2020.

Modificación del artículo 22 "La Comisión de Nombramientos y Retribuciones" para adaptar la redacción a los requerimientos de la nueva redacción de la Recomendación 14 del Código de Buen Gobierno de junio de 2020 y a la Guía Técnica 1/2019 de la CNMV sobre comisiones de nombramientos y retribuciones.

Modificación del artículo 38 "Página web" para adaptar la redacción a los requerimientos de la literalidad de la Recomendación 18 del Código de Buen Gobierno de junio de 2020, así como a lo previsto en los artículos 226 y 227 de la Ley del Mercado de Valores.

Modificación del artículo 40 "Relaciones con los mercados de valores" para adaptar la redacción a lo previsto en el artículo 226 de la Ley del Mercado

C.1.16

de Valores, en la Recomendación 42.1.a) del Código de Buen Gobierno de junio de 2020 y en el artículo 49.6 del Código de Comercio, en su redacción dada por la Ley 11/2018.

Modificación del artículo 41 "Relaciones con el Auditor de Cuentas Externo" para adaptar la redacción a los requerimientos de la nueva redacción de la Recomendación 8 del Código de Buen Gobierno de junio de 2020.

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.

De este modo, las propuestas de nombramiento de consejeros 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 representen una mayoría sobre los consejeros ejecutivos y que dentro de aquéllos haya un número razonable de consejeros independientes. 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:

C.1.17

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.

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
<p>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 2020, 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.</p> <p>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.</p>

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
<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

C.1.18

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, a 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.

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.

C.1.19

La evaluación del Consejo de Administración realizada en el 2020 ha sido auxiliada por un consultor externo con el que el Grupo Mediaset no mantiene ninguna relación de negocio.

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

C.1.20

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 se den situaciones que les afecten, relacionadas o no con su actuación en la propia Sociedad, que puedan perjudicar 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.

¿Se exigen mayorías reforzadas, distintas de las legales, en algún tipo de decisión?:

Sí

No X

En su caso, describa las diferencias.

Descripción de 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 X

Descripción de los requisitos

C.1.22

Indique si los estatutos o el reglamento del consejo establecen algún límite a la edad de los consejeros:

Sí X No

	Edad límite
Presidente	85
Consejero delegado	85
Consejero	85

Observaciones

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 X

Requisitos adicionales y/o número máximo de ejercicios de mandato

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	13
Número de reuniones del consejo sin la asistencia del presidente	0

Observaciones

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
----------------------------	----------

Observaciones

Indique el número de reuniones que han mantenido en el ejercicio las distintas comisiones del consejo:

Número de reuniones de la comisión ejecutiva	2
Número de reuniones de la comisión de auditoría y cumplimiento	6
Número de reuniones de la comisión de nombramientos y retribuciones	3

Observaciones

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

Observaciones

C.1.27 Indique si están previamente certificadas las cuentas anuales individuales y consolidadas que se presentan al consejo para su formulación:

Sí No X

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:

Nombre	Cargo

Observaciones

C.1.28 Explique, si los hubiera, los mecanismos establecidos por el consejo de administración para que las cuentas anuales que el consejo de administración presente a la junta general de accionistas se elaboren de conformidad con la normativa contable.

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 2020 la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se ha reunido en seis ocasiones, coincidiendo con la formulación de los estados contables anuales, trimestrales y semestrales.
 Antes de finalizar 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:

Nombre o denominación social del secretario	Representante
Observaciones	

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 incurso 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 X

Auditor saliente	Auditor entrante
-------------------------	-------------------------

--	--

Observaciones

En el caso de que hubieran existido desacuerdos con el auditor saliente, explique el contenido de los mismos:

Sí No

Explicación de los desacuerdos

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 el importe anterior supone sobre los honorarios facturados por trabajos de auditoría 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)	43	0	43
Importe trabajos distintos de los de auditoría / Importe trabajos de auditoría (en %)	25,75	0,00	14,14

Observaciones

C.1.33 Indique si el informe de auditoría de las cuentas anuales del ejercicio anterior presenta 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 salvedades.

Sí No

Explicación de las razones y enlace directo al documento puesto a disposición de los accionistas en el momento de la convocatoria en relación con esta materia

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	4	4

	Individuales	Consolidadas
Nº de ejercicios auditados por la firma actual de auditoría / Nº de ejercicios que la sociedad o su grupo han sido auditados (en %)	16,66	16,66

Observaciones

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 X

No

Detalle el procedimiento
<p>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.</p> <p>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 realizarán 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.</p> <p>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</p>

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, a dimitir cuando se den situaciones que les afecten, relacionadas o no con su actuación en la propia sociedad que puedan perjudicar al crédito y reputación de ésta:

Sí X

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 investigados 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 se den situaciones que les afecten, relacionadas o no con su actuación en la propia Sociedad, que puedan perjudicar afectar negativamente al crédito y reputación de Mediaset España.

Habiendo sido informado o habiendo conocido el Consejo de Administración de otro modo alguna de las situaciones mencionadas en el párrafo anterior, examinará el caso tan pronto como sea posible y,

atendiendo a las circunstancias concretas, decidirá, previo informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, si debe o no adoptar alguna medida, como la apertura de una investigación interna, solicitar la dimisión del Consejero o proponer su cese. De ello se informará en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, salvo que concurran circunstancias especiales que lo justifiquen, de lo que deberá dejarse constancia en acta, sin perjuicio de la información que la Sociedad deba difundir, de resultar procedente, en el momento de la adopción de las medidas correspondientes.

C.1.37 Indique, salvo que hayan concurrido circunstancias especiales de las que se haya dejado constancia en acta, si el consejo ha sido informado o ha conocido de otro modo alguna situación que afecte a un consejero, relacionada o no con su actuación en la propia sociedad, que pueda perjudicar al crédito y reputación de ésta:

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.

Número de beneficiarios	9
Tipo de beneficiario	Descripción del acuerdo
Consejero Ejecutivo	1- Consejero Ejecutivo – D. Massimo Musolino: 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

	<p>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. 2- Consejero Ejecutivo – D. Mario Rodríguez Valderas: Régimen indemnizatorio: 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.</p>
--	---

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		

	SÍ	NO
¿Se informa a la junta general sobre las cláusulas?		X

Observaciones
<p>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.</p>

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 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 otros externos	16,67

Observaciones

Explique las funciones que tiene delegadas o atribuidas esta comisión distintas a las que ya hayan sido descritas en el apartado C.1.9, 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, en los estatutos sociales o en otros acuerdos societarios.

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/](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 2020, 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.

COMISIÓN DE AUDITORÍA Y CUMPLIMIENTO

Nombre	Cargo	Categoría
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	PRESIDENTE	Independiente
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	VOCAL	Independiente
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON MARCO GIORDANI	VOCAL	Dominical
DÑA. CRISTINA GARMENDIA MENDIZABAL	VOCAL	Independiente

% de consejeros ejecutivos	0,00
% de consejeros dominicales	40,00
% de consejeros independientes	60,00
% de otros externos	0,00

Observaciones

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 o en 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 y no 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 2020 se agrupan en cinco categorías: (i) Información económico-financiera y no 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 CONSUELO CRESPO BOFILL / DON FEDELE CONFALONIERI / DON MARCO GIORDANI
Fecha de nombramiento del presidente en el cargo	20/12/2017

Observaciones

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 otros externos	0,00
Observaciones	

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 o en 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 específicas 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.

- Establecer y evaluar periódicamente las competencias, conocimientos y experiencia necesarios en el Consejo de Administración. A estos efectos, definirá las funciones y aptitudes necesarias en los candidatos que deban cubrir cada vacante y evaluará el tiempo y la dedicación precisos para que los consejeros puedan desempeñar eficazmente su cometido, asegurándose de que los consejeros no ejecutivos tienen suficiente disponibilidad de tiempo para el correcto desarrollo de sus funciones.

-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, y en su caso, formulando propuestas al Consejo de Administración para que dicha sucesión se produzca de forma ordenada y planificada, elaborando un plan de sucesión a tal efecto.

-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.

-Asesorar al Consejo de Administración en la elaboración y aplicación de la política sobre las cuestiones de diversidad y selección de consejeros del Consejo de Administración, de lo que se informará en el Informe Anual de Gobierno Corporativo. Dicha política deberá tender a (i) incluir en el Consejo de Administración un número de mujeres que permita alcanzar una presencia equilibrada de mujeres y hombres y a (ii) que los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras.

-Informar el nombramiento del Presidente y del Vicepresidente del Consejo de Administración, así como informar sobre el cese y nombramiento del Secretario y, en su caso, Vicesecretario del Consejo de Administración.

-Velar por el cumplimiento por los consejeros de las obligaciones y deberes establecidos en el Reglamento así como en los Estatutos Sociales.

-Comprobar la observancia y 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 de la categoría 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.

- Informar con carácter previo, al Consejo de Administración sobre las operaciones con partes vinculadas.

Para más información sobre las funciones, procedimientos y reglas de organización consultar el siguiente enlace: <http://www.mediaset.es/inversores/es/>.

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 2020		Ejercicio 2019		Ejercicio 2018		Ejercicio 2017	
	Número	%	Número	%	Número	%	Número	%
Comisión ejecutiva	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Comisión de auditoría y cumplimiento	2	40,00	2	40,00	2	40,00	0	0,00
Comisión de nombramientos y retribuciones	2	50,00	2	50,00	2	50,00	0	0,00

Observaciones

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 sus respectivos reglamentos. Ambos reglamentos están disponibles en nuestra página web: <http://www.telecinco.es/inversores/es/gobierno-corporativo.html>.

Estos Reglamentos fueron modificados en diciembre de 2020, con el objeto, esencialmente, de adaptar sus previsiones a las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno modificadas en junio de 2020 y que afectan a la composición y competencias de las Comisiones, en coordinación con la propuesta de modificación del Reglamento del Consejo referida anteriormente, además de incluir determinados principios básicos de la Guía Técnica 1/2019 sobre Comisiones de Nombramientos y Retribuciones.

D OPERACIONES VINCULADAS Y OPERACIONES INTRAGRUPPO

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 Nombramientos y Retribuciones, 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 2020.

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 S.P.A.	Contractual	Otras	26
MEDIASET SPA	Mediaset S.P.A.	Comercial	Recepción Servicios	50
MEDIASET SPA	Reti Televisive Italiane S.P.A.	Comercial	Otras	1.236
MEDIASET SPA	Reti Televisive Italiane S.P.A.	Comercial	Recepción Servicios	26
MEDIASET SPA	Publieurope Internacional Ltd.	Comercial	Recepción Servicios	1.487
MEDIASET SPA	Publieurope Internacional Ltd.	Comercial	Prestación Servicios	291
MEDIASET SPA	Boing SpA	Contractual	Recepción Servicios	30
MEDIASET SPA	Banco Mediolanum, S.A.	Comercial	Prestación Servicios	706
MEDIASET SPA	Medusa Films S.P.A.	Contractual	Prestación Servicios	5

Observaciones

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 sociedad o entidad de su grupo	Vínculo	Naturaleza de la operación	Importe (miles de euros)
Sin datos				N.A.

Observaciones

- 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.

Observaciones

- D.5 Detalle las operaciones significativas realizadas entre la sociedad o entidades de su grupo y otras partes vinculadas, que no hayan sido informadas en los epígrafes anteriores.

DENOMINACION SOCIAL DE LA PARTE VINCULADA	BREVE DESCRICION DE LA OPERACIÓN	IMPORTE (miles de €)
Producc. Mandarina, S.L.	Compras bienes	2.360
Producc. Mandarina, S.L.	Recepción servicios	47
Producc. Mandarina, S.L.	Prestación servicios	43
Producc. Mandarina, S.L.	Compra inmovilizado	4.810
La Fábrica de la Tele, S.L.	Compras bienes	27.326
La Fábrica de la Tele, S.L.	Recepción servicios	939
La Fábrica de la Tele, S.L.	Prestación servicios	11
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	Recepción servicios	181
Alea Media, S.A.	Compras bienes	361
Alea Media, S.A.	Recepción servicios	21
Alea Media, S.A.	Prestación servicios	17
Alea Media, S.A.	Otros	77
Alea Media, S.A.	Compra inmovilizado	5.068
Melodía Producciones, S.L.	Recepción servicios	41
Melodía Producciones, S.L.	Otros	41
Bulldog Tv Spain, S.L.	Compras bienes	24.264
Bulldog Tv Spain, S.L.	Recepción servicios	312
Alma Productora Audiovisual, S.L.	Compras bienes	2.911
Alma Productora Audiovisual, S.L.	Recepción servicios	14

Alma Productora Audiovisual, S.L.	Prestación servicios	26
Unicorn Content, S.L.	Compras bienes	20.311
Unicorn Content, S.L.	Recepción servicios	158
Unicorn Content, S.L.	Prestación servicios	55
Fénix Media Audiovisual, S.L.	Compras bienes	31
Fénix Media Audiovisual, S.L.	Recepción servicios	10

Observaciones

- 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 Nombramientos y Retribuciones, 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 2020 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 Unidad de Cumplimiento y Prevención, compuesta por el Director General Corporativo, el Director General de Gestión y Operaciones, el Director General de Contenidos, el Director General de Publicidad y el Director de Auditoría Interna.

En el ejercicio 2020 no se han detectado situaciones de conflicto de interés, que no hubiesen sido notificadas previamente, en el colectivo de directivos.

D.7 Indique si la sociedad está controlada por otra entidad en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio, cotizada o no, y tiene, directamente o a través de sus filiales, relaciones de negocio con dicha entidad o alguna de sus filiales (distintas de las de la sociedad cotizada) o desarrolla actividades relacionadas con las de cualquiera de ellas.

Sí No

Indique si ha informado públicamente con precisión acerca de las respectivas áreas de actividad y eventuales relaciones de negocio entre por un lado, la sociedad cotizada o sus filiales y, por otro, la sociedad matriz o sus filiales:

Sí No

Defina las eventuales relaciones de negocio entre la sociedad matriz y la sociedad filial cotizada, y entre ésta y las demás empresas del grupo

Mediaset España mantiene relaciones de negocio con su matriz cotizada en Italia, Mediaset Italia, Spa., y con sus empresas filiales. Respecto a la primera, las operaciones existentes entre ambas son por servicios de venta de publicidad, prestaciones de servicio de agencia, pagos por cesión de uso de marcas y remuneraciones de personal.

En segundo lugar, la matriz del Grupo, Mediaset España Comunicación, S.A. tiene las siguientes relaciones de actividad con sus filiales: la adquisición, explotación, producción, distribución de contenidos audiovisuales bien sean de producción propia, de ficción, de animación o documentales. Asimismo, se encargan desarrollos de contenidos para Internet y servicios de información y entretenimiento tanto para la propia cadena (con páginas de sus principales programas) como de sectores especializados. También se realizan producciones de formatos deportivos que incluyen informativos, retransmisiones, reportajes y canales temáticos. Por último existen relaciones de diseño y/o comercialización de contenidos audiovisuales que incorporan emplazamiento de producto o patrocinio o cualesquiera iniciativas

publicitarias destinadas a ser comunicadas a través de cualesquiera medios de comunicación audiovisuales existentes, incluidas las redes sociales. La información sobre estas operaciones se recoge en el apartado D2 y D5 del presente informe.

Identifique los mecanismos previstos para resolver los eventuales conflictos de intereses entre la otra sociedad dominante de la cotizada y las demás empresas del grupo:

Mecanismos para resolver los eventuales conflictos de intereses

El Reglamento del Consejo de Administración en su artículo 33 establece que los consejeros deberán abstenerse de participar en la deliberación y votación de acuerdos o decisiones en las que él o una persona vinculada tenga un conflicto de intereses, directo o indirecto; asimismo el artículo 34 obliga al Consejero y sus personas vinculadas en el caso de que estas sean las beneficiarias de los actos o de las actividades prohibidas, deberán abstenerse de: Utilizar el nombre de la Sociedad o invocar su condición de Consejero para influir indebidamente en la realización de operaciones privadas; Hacer uso de los activos sociales, incluida la información confidencial de la Sociedad, con fines privados; Aprovecharse de las oportunidades de negocio de la Sociedad; Desarrollar actividades por cuenta propia o cuenta ajena que entrañen una competencia efectiva, sea actual o potencial, con la Sociedad o que, de cualquier otro modo, le sitúen en un conflicto permanente con los intereses de la Sociedad; Realizar transacciones con la Sociedad o con las sociedades de su grupo, excepto que se trate de operaciones ordinarias, hechas en condiciones estándar para los clientes y de escasa relevancia, entendiéndose por tales aquellas cuya información no sea necesaria para expresar la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la Sociedad.

En todo caso, los Consejeros deberán comunicar al Consejo de Administración cualquier situación de conflicto, directo o indirecto, que ellos o personas vinculadas a ellos pudieran tener con el interés de la Sociedad. Las situaciones de conflicto de interés en que incurran los Consejeros serán objeto de información en la memoria.

Asimismo, el Código Ético y el Reglamento Interno de Conducta regulan cualquier incidencia que pueda suponer un conflicto de interés en el Grupo Mediaset España.

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. 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:

- 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.
- 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.
- 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 (para más información véase apartado D. anterior).

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 2020 ha sido un año más estable en cuanto a cambios regulatorios en el sector audiovisual. Es de reseñar que en relación con el expediente sancionador incoado por parte de la CNMC, la Audiencia Nacional ha paralizado la multa por importe de 38,9M€ aunque rechazó las medidas cautelares relativas a la imposición de una serie de

restricciones a la comercialización de publicidad.

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. La situación creada por la pandemia Covid-19 está afectando a la actividad económica y operativa de Mediaset España.

3. Competidores en el mercado audiovisual: Continuamos con una altísima competencia en el sector audiovisual por las diversas fuentes de oferta de contenidos existentes. Asimismo, continúan apareciendo nuevos competidores que en 2019 no estaban. 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. Asimismo, la situación provocada por la pandemia Covid-19 podría hacer aparecer un aumento de riesgo en el cobro sobre ciertas cuentas de clientes.

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 2020 Mediaset obtuvo 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. La Política de Gestión de Riesgos Corporativos establece un mínimo de riesgo aceptado. 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.

- a) 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. La crisis originada por la pandemia COVID-19 ha provocado un fuerte decrecimiento económico en España y por ende un acusado descenso en la inversión publicitaria.
- b) 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 2020 respecto de 2018, han sido muy bien controlados por la alta capacidad de reacción de la compañía en relación con la contención de costes.
- c) Riesgo reputacional: Durante el ejercicio 2020 Mediaset España ha conseguido mantener un nivel satisfactorio del impacto de sus marcas sobre los telespectadores.
- d) No se han producido incidentes reseñables por brechas de seguridad digital durante el ejercicio 2020.

e) Los litigios y contenciosos que han tenido lugar en 2020 no han sido materiales.

f) No se ha materializado ningún riesgo fiscal durante el ejercicio 2020.

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 diariamente 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 xxiv 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 y evaluar el proceso de elaboración y presentación y la integridad de la información financiera y no financiera relativa a la Sociedad y, en su caso, al Grupo y presentar recomendaciones o propuestas al Consejo de Administración dirigidas a salvaguardar su integridad. En particular, conocer, entender y supervisar la eficacia del SCIIF, 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.”

Durante el ejercicio 2020 debido a la situación de pandemia, la compañía ha revisado todo su mapa de riesgos y ha acomodado todas sus actuaciones para mitigar cualquier impacto material en la compañía.

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, así como de la difusión de este. Cada semestre se envía un “pop up” recordatorio de su existencia a todo el personal del Grupo Mediaset España y a aquellos terceros que tengan acceso a sus instalaciones, así como de la manera de acceder al mismo a través de la intranet corporativa.

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.

- 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 y si permite realizar comunicaciones anónimas respetando los derechos del denunciante y del denunciado.

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.

Durante 2020, 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 2020, este colectivo de personal formado por 27 personas ha recibido un total de 177 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 esta, 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 el artículo 5.2.c de su Reglamento, 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 Consolidación y 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. Tras la actualización de 30 de junio de 2019 que incluía la aplicación de las NIIF's 9, 15 y 16, se está teniendo en consideración recoger en la próxima versión la contabilización de la aportación de nuevas líneas de negocio. Así pues, se está ya realizando la venta de derechos de producción a otras plataformas de pago que implica otros procesos en la forma de reconocer los consumos de estos derechos. Por otra parte, se han incorporado nuevas empresas al grupo como elementos facilitadores de la venta digital de publicidad. Estas nuevas fórmulas implican la necesidad de identificar y diferenciar dicha venta. Es necesario también indicar que en este último año el Grupo ha realizado unas inversiones financieras estratégicas de carácter industrial en otro grupo importante europeo. Ello ha sido llevado a cabo a través de una combinación de compra directa de acciones y de derivados contratados con una entidad financiera. Lo cual supone también una adecuación al Manual de Políticas contables del Grupo. Se espera a lo largo de primer semestre de 2021 tener una actualización del mismo.

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 y no 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 2020, se revisaron 198 controles asociados a 26 procesos de la compañía, sin haber detectado deficiencias significativas.

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 la sociedad cotizada esté controlada, en el sentido del artículo 42 del Código de Comercio, por otra entidad, cotizada o no, y tenga, directamente o a través de sus filiales, relaciones de negocio con dicha entidad o alguna de sus filiales (distintas de las de la sociedad cotizada) o desarrolle actividades relacionadas con las de cualquiera de ellas informe públicamente con precisión acerca de:**

- a) Las respectivas áreas de actividad y eventuales relaciones de negocio entre, por un lado, la sociedad cotizada o sus filiales y, por otro, la sociedad matriz o sus filiales.**
- b) Los mecanismos previstos para resolver los eventuales conflictos de intereses que puedan presentarse.**

Cumple X Cumple parcialmente Explique No aplicable

- 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 relativa a la comunicación y contactos con accionistas e inversores institucionales en el marco de su implicación en la sociedad, así como con los 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.**

Y que, sin perjuicio de las obligaciones legales de difusión de información privilegiada y otro tipo de información regulada, la sociedad cuente también con una política general relativa a la comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa a través de los canales que considere adecuados (medios de comunicación, redes sociales u otras vías) que contribuya a maximizar la difusión y la calidad de la información a disposición del mercado, de los inversores y demás grupos de interés.

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.

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.

Y que la sociedad cuente con mecanismos que permitan la delegación y el ejercicio del voto por medios telemáticos e incluso, tratándose de sociedades de elevada capitalización y en la medida en que resulte proporcionado, la asistencia y participación activa en la Junta General.

Cumple X Cumple parcialmente Explique

8. Que la comisión de auditoría vele por que las cuentas anuales que el consejo de administración presente a la junta general de accionistas se elaboren de conformidad con la normativa contable. Y que en aquellos supuestos en que el auditor de cuentas haya incluido en su informe de auditoría alguna salvedad, el presidente de la comisión de auditoría explique con claridad en la junta general el parecer de la comisión de auditoría sobre su contenido y alcance, poniéndose a disposición de los accionistas en el momento de la publicación de la convocatoria de la junta, junto con el resto de propuestas e informes del consejo, un resumen de dicho parecer.

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 dirigida a favorecer una composición apropiada del consejo de administración y que:

- a) sea concreta y verificable;
- b) asegure que las propuestas de nombramiento o reelección se fundamenten en un análisis previo de las competencias requeridas por el consejo de administración; y
- c) favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias, edad y género. A estos efectos, se considera que favorecen la diversidad de género las medidas que fomenten que la compañía cuente con un número significativo de altas directivas.

Que el resultado del análisis previo de las competencias requeridas por el 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.

La comisión de nombramientos verificará anualmente el cumplimiento de esta política y se informará de ello en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple X Cumple parcialmente Explique

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.

Y que el número de consejeras suponga, al menos, el 40% de los miembros del consejo de administración antes de que finalice 2022 y en adelante, no siendo con anterioridad inferior al 30%.

Cumple Cumple parcialmente Explique X

La compañía ha venido cumpliendo con el objetivo de que las consejeras representen al menos el 30% del total de sus miembros hasta que en el mes de febrero de 2020, tal y como hemos informado en el presente Informe, se produjo la dimisión de Doña Helena Revoredo como consejera de la compañía, estando su plaza actualmente sin cubrir; en el caso en el que se produzca un nuevo nombramiento, cese o dimisión la compañía pondrá en marcha sus políticas de selección que favorecen la diversidad de género.

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 Explique X

La sociedad no cumple esta recomendación debido a que los cinco consejeros dominicales nombrados por Mediaset Spa (titular del 53,26% del capital social) representan un 55,55% sobre el total de consejeros. Este hecho se debe a la reducción del número de consejeros producido tras la renuncia voluntaria a su cargo presentada por Doña Helena Revoredo, cuya vacante está prevista cubrir en la próxima Junta General.

- 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 Explique X

Tal y como venimos informando en el presente Informe, tras la dimisión de Doña Helena Revoredo como consejera de la compañía, los consejeros independientes representan el 25% de los consejeros. Actualmente su plaza se encuentra sin cubrir y en el caso en el que se produzca un nuevo nombramiento, cese o dimisión la compañía pondrá en marcha sus políticas de selección para cumplir con esta recomendación como ha venido haciendo en los últimos ejercicios.

- 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 X Cumple parcialmente Explique No aplicable

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 vengán 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, a dimitir cuando se den situaciones que les afecten, relacionadas o no con su actuación en la propia sociedad, que puedan perjudicar al crédito y reputación de esta y, en particular, que les obliguen a informar al consejo de administración de cualquier causa penal en la que aparezcan como investigados, así como de sus vicisitudes procesales.

Y que, habiendo sido informado o habiendo conocido el consejo de otro modo alguna de las situaciones mencionadas en el párrafo anterior, examine el caso tan pronto como sea posible y, atendiendo a las circunstancias concretas, decida, previo informe de la comisión de nombramientos y retribuciones, si debe o no adoptar alguna medida, como la apertura de una investigación interna, solicitar la dimisión del consejero o proponer su cese. Y que se informe al respecto en el informe anual de gobierno corporativo, salvo que concurran circunstancias especiales que lo justifiquen, de lo que deberá dejarse constancia en acta.

Ello sin perjuicio de la información que la sociedad deba difundir, de resultar procedente, en el momento de la adopción de las medidas correspondientes.

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 acuerdo de la junta general, un consejero cese en su cargo antes del término de su mandato, explique de manera suficiente las razones de su dimisión o, en el caso de consejeros no ejecutivos, su parecer sobre los motivos del cese por la junta, en una carta que remitirá a todos los miembros del consejo de administración.

Y que, sin perjuicio de que se dé cuenta de todo ello en el informe anual de gobierno corporativo, en la medida en que sea relevante para los inversores, la sociedad publique a la mayor brevedad posible el cese incluyendo referencia suficiente a los motivos o circunstancias aportados por el consejero.

Cumple X Cumple parcialmente Explique No aplicable

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 X Cumple parcialmente Explique No aplicable

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.

Quando, 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 en ella haya presencia de al menos dos consejeros no ejecutivos, siendo al menos uno de ellos independiente; y que su secretario sea el del consejo de administración.

Cumple X Cumple parcialmente Explique No aplicable

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 en su conjunto, y de forma especial su presidente, se designen teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría y gestión de riesgos, tanto financieros como no financieros.

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, para su aprobación por esta o por el consejo, su plan anual de trabajo, le informe directamente de su ejecución, incluidas las posibles incidencias y limitaciones al alcance que se presenten en su desarrollo, los resultados y el seguimiento de sus recomendaciones y le 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 y evaluar el proceso de elaboración y la integridad de la información financiera y no financiera, así como los sistemas de control y gestión de riesgos financieros y no financieros relativos a la sociedad y, en su caso, al grupo —incluyendo los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medioambientales, políticos y reputacionales o relacionados con la corrupción— 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 y cese del responsable del servicio de auditoría interna; proponer el presupuesto de ese servicio; aprobar o proponer la aprobación al consejo de la orientación y el plan de trabajo anual de la auditoría interna, asegurándose de que su actividad esté enfocada principalmente en los riesgos relevantes (incluidos los reputacionales); 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 y a otras personas relacionadas con la sociedad, tales como consejeros, accionistas, proveedores, contratistas o subcontratistas, comunicar las irregularidades de potencial trascendencia, incluyendo las financieras y contables, o de cualquier otra índole, relacionadas con la compañía que adviertan en el seno de la empresa o su grupo. Dicho mecanismo deberá garantizar la confidencialidad y, en todo caso, prever supuestos en

los que las comunicaciones puedan realizarse de forma anónima, respetando los derechos del denunciante y denunciado.

d) Velar en general por que las políticas y sistemas establecidos en materia de control interno se apliquen de modo efectivo en la práctica.

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 a través de 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 o determine al menos:

a) Los distintos tipos de riesgo, financieros y no financieros (entre otros los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales, incluidos los relacionados con la corrupción) a los que se enfrenta la sociedad, incluyendo entre los financieros o económicos, los pasivos contingentes y otros riesgos fuera de balance.

b) Un modelo de control y gestión de riesgos basado en diferentes niveles, del que formará parte una comisión especializada en riesgos cuando las normas sectoriales lo prevean o la sociedad lo estime apropiado.

c) El nivel de riesgo que la sociedad considere aceptable.

d) Las medidas previstas para mitigar el impacto de los riesgos identificados, en caso de que llegaran a materializarse.

e) 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 X Cumple parcialmente Explique

--

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 rindan 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 políticas y reglas de la sociedad en materia medioambiental, social y de gobierno corporativo, así como de los códigos internos de conducta, se atribuya a una o se reparta entre varias comisiones del consejo de administración que podrán ser la comisión de auditoría, la de nombramientos, una comisión especializada en sostenibilidad o responsabilidad social corporativa u otra comisión especializada que el consejo de administración, en ejercicio de sus facultades de auto-organización, haya decidido crear. Y que tal comisión esté integrada únicamente por consejeros no ejecutivos, siendo la mayoría independientes y se le atribuyan específicamente las funciones mínimas que se indican en la recomendación siguiente.

Cumple X Cumple parcialmente Explique

54. Las funciones mínimas a las que se refiere la recomendación anterior son las siguientes:

- a) La supervisión del cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo y de los códigos internos de conducta de la empresa, velando asimismo por que la cultura corporativa esté alineada con su propósito y valores.
- b) La supervisión de la aplicación de la política general relativa a la comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa así como a la comunicación con accionistas e inversores, asesores de voto y otros grupos de interés. Asimismo se hará seguimiento del modo en que la entidad se comunica y relaciona con los pequeños y medianos accionistas.
- c) La evaluación y revisión periódica del sistema de gobierno corporativo y de la política en materia medioambiental y social de la sociedad, con el fin de que cumplan su misión de promover el interés social y tengan en cuenta, según corresponda, los legítimos intereses de los restantes grupos de interés.
- d) La supervisión de que las prácticas de la sociedad en materia medioambiental y social se ajustan a la estrategia y política fijadas.
- e) La supervisión y evaluación de los procesos de relación con los distintos grupos de interés.

Cumple X Cumple parcialmente Explique

55. Que las políticas de sostenibilidad en materias medioambientales y sociales identifiquen e incluyan al menos:

- a) Los principios, compromisos, objetivos y estrategia en lo relativo a accionistas, empleados, clientes, proveedores, cuestiones sociales, medio ambiente, diversidad, responsabilidad fiscal, respeto de los derechos humanos y prevención de la corrupción y otras conductas ilegales

- b) Los métodos o sistemas para el seguimiento del cumplimiento de las políticas, de los riesgos asociados y su gestión.
- c) Los mecanismos de supervisión del riesgo no financiero, incluido el relacionado con aspectos éticos y de conducta empresarial.
- d) Los canales de comunicación, participación y diálogo con los grupos de interés.
- e) Las prácticas de comunicación responsable que eviten la manipulación informativa y protejan la integridad y el honor.

Cumple Cumple parcialmente X Explique

Tras la aprobación en el año 2020 de esta nueva recomendación, la sociedad va a poner en marcha los mecanismos necesarios para implementar los principios, compromisos, objetivos y estrategia sobre las cuestiones recogidas en el apartado a). A cierre del ejercicio el cumplimiento de la recomendación es parcial al existir mecanismos de supervisión del riesgo no financiero, incluido el relacionado con los aspectos éticos y de conducta empresarial. Asimismo existen canales de comunicación, participación y diálogo con los grupos de interés y prácticas de comunicación responsable que evitan la manipulación informativa y que protegen la integridad y el honor.

- 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 los componentes variables de la remuneración quede sujeto a una comprobación suficiente de que se han cumplido de modo efectivo las condiciones de rendimiento o de otro tipo previamente establecidas. Las entidades incluirán en el informe anual de remuneraciones de los consejeros los criterios en cuanto al tiempo requerido y métodos para tal comprobación en función de la naturaleza y características de cada componente variable.

Que, adicionalmente, las entidades valoren el establecimiento de una cláusula de reducción ('malus') basada en el diferimiento por un período suficiente del pago de una parte de los componentes variables que implique su pérdida total o parcial en el caso de que con anterioridad al momento del pago se produzca algún evento que lo haga aconsejable.

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, las opciones o instrumentos financieros correspondientes a los sistemas retributivos, los consejeros ejecutivos no puedan transferir su titularidad o ejercitarlos hasta transcurrido un plazo de al menos tres años.

Se exceptúa el caso en el que el consejero mantenga, en el momento de la transmisión o ejercicio, una exposición económica neta a la variación del precio de las acciones por un valor de mercado equivalente a un importe de al menos dos veces su remuneración fija anual mediante la titularidad de acciones, opciones u otros instrumentos financieros.

Lo anterior no será de aplicación a las acciones que el consejero necesite enajenar para satisfacer los costes relacionados con su adquisición o, previa apreciación favorable de la comisión de nombramientos y retribuciones, para hacer frente a situaciones extraordinarias sobrevenidas que lo requieran.

Cumple Cumple parcialmente X Explique No aplicable

La Sociedad cumple parcialmente esta recomendación, dado que el Plan de incentivos 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 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.

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 o extinción del contrato no superen un importe 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 o condiciones establecidos para su percepción.

A efectos de esta recomendación, entre los pagos por resolución o extinción contractual se considerarán cualesquiera abonos cuyo devengo u obligación de pago surja como consecuencia o con ocasión de la extinción de la relación contractual que vinculaba al

consejero con la sociedad, incluidos los importes no previamente consolidados de sistemas de ahorro a largo plazo y las cantidades que se abonen en virtud de pactos de no competencia post-contractual.

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 órganos 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](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 2020, 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: 5.769.312 euros.

Este informe anual de gobierno corporativo ha sido aprobado por el consejo de Administración de la sociedad, en su sesión de fecha 24/02/2021.

Indique si ha habido consejeros que hayan votado en contra o se hayan abstenido en relación con la aprobación del presente Informe. Sí No X

**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 2020

24 de febrero de 2021

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 2020

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 8/02/2021, 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 2020, 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 2020 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 5/2013 de 12 de junio de 2013 de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), y modificaciones posteriores, siendo la más reciente la Circular 1/2020, de 6 de octubre 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.



Fernando García Beato
24 de febrero de 2021

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA 2020

ÍNDICE

PRÓLOGO

Alcance del informe
Estándares de referencia

PRESENTACIÓN

Mediaset España en 2020
Contexto del negocio
Principales indicadores de desempeño

MODELO DE GOBIERNO

Estructura de la propiedad
Gobierno corporativo

MODELO DE NEGOCIO

Modelo de éxito
Solidez de una estrategia coherente
Gestión integrada de riesgos
Gestión de los contenidos
Gestión de la publicidad
Valor de los datos personales
Ciberseguridad
Cadena de proveedores
Valor del equipo humano
Evolución del negocio
Transparencia fiscal
Creación de valor para los accionistas e inversores
Creación de valor para la sociedad
Gestión de la huella ambiental
Premios recibidos en 2020
Información complementaria

ACERCA DE ESTE INFORME

Proceso de elaboración del informe
Verificación Externa
Índice de contenidos GRI
Contenidos del Estado de Información No Financiera
Directorio

Para más información sobre los aspectos de sostenibilidad del Grupo Mediaset pueden consultar el Informe Corporativo Anual 2020.

PRÓLOGO

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 2020.

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 2020 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 2020 del Grupo Mediaset España.

ESTÁNDARES

Este documento ha sido elaborado teniendo en cuenta la regulación vigente, incluida la Ley 11/2018 sobre divulgación de información no financiera y diversidad.

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 Anual Corporativo sigue los requerimientos del Marco <IR> y por tanto, presenta de forma cohesionada su creación de valor a lo largo del tiempo.

La capacidad de Mediaset España de crear valor está determinada por su entendimiento y contundente respuesta al contexto de negocio (pág.1), la pertinente identificación de las prioridades estratégicas y oportunidades (págs.18-19) y la eficaz alineación del modelo de negocio (págs.13-14), la conservadora gestión ante los principales riesgos del negocio (págs. 23-25), así como la capacidad de respuesta a los asuntos materiales de los principales grupos de interés (págs.99-100).

Por otra parte, de acuerdo con la autoevaluación realizada por Mediaset España y verificada externamente, el presente 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.

- **Regulación vigente**
- **GRI Standards (exhaustiva)**
- **Suplemento Media GRI-G4**
- **Marco <IR>**

PRESENTACIÓN

MEDIASET ESPAÑA EN 2020

ENERO

Estreno de ADÚ, una de las películas más especiales producidas por Telecinco Cinema y puesta en marcha de una **campaña social y solidaria** para invitar a la reflexión sobre el fenómeno migratorio y la realidad del continente africano.

FEBRERO

Acuerdo con Amazon Prime Vídeo para el **estreno en primicia en España** de cuatro ficciones y dos docuseries antes de su estreno en abierto en los canales del grupo.

Paolo Vasile, elegido por FORBES como el mejor consejero delegado de la década entre los medios de comunicación españoles. Asimismo, recibió el First Amendment Award de la Asociación Española Eisenhower Fellowships en reconocimiento a la labor informativa, independiente y libre de los medios que dirige.

Mediaset España es la primera organización del sector audiovisual en recibir la **Certificación de AENOR** basada en UNE 19601, **del modelo de prevención y detección de delitos**.

MARZO

Puesta a disposición de forma urgente y prioritaria de los canales y los contenidos para **informar sobre el COVID 19 y contribuir a paliar el número de contagios** y lanzamiento de las campañas 'Algun@s pueden curar, pero tod@s podemos prevenir' y #DeBalcónABalcón.

Como actividad esencial incluida ante el Estado de Alarma, Mediaset España adapta las dinámicas de trabajo a los protocolos de seguridad para mantener inalterable su oferta de información y entretenimiento, con más de 20 horas diarias de producción propia en directo.

Conmemoración de los **30 años de las emisiones de Telecinco**.

'**Don't delete it**' ('No lo borres') y '**Locked up in my show**' ('Atrapado en mi programa') producidos por Mandarina, seleccionados como dos de los más atractivos e interesantes para el mercado, por Fresh TV Formats de MIPTV 2020.

ABRIL

Mediaset España se sumó a la iniciativa '**Esto no tiene que parar**', impulsada con el fin de agilizar y dinamizar la economía española durante la crisis del Covid-19.

MAYO

Informativos Telecinco recibe un Premio Especial otorgado por Dircom, por su labor informativa durante la pandemia de la COVID-19.

JUNIO

Creación de **VALOR MEDIASET**, una nueva insignia corporativa diseñada para apoyar a las marcas en su estrategia de responsabilidad corporativa.

Relanzamiento de la campaña de comunicación social de 12 Meses '**Eres perfecto para otros**', en reconocimiento a los donantes y a los profesionales sanitarios que hicieron posible 379 trasplantes durante el primer Estado de Alarma.

Finaliza el primer Estado de Alarma de la historia de la democracia con Telecinco como la **televisión preferida del confinamiento**, gracias a la elección unánime de este canal por parte de los espectadores de televisión y los usuarios digitales.

Primer aniversario del portal **Uppers**, dirigido al público mayor de 45 años, con el que la oferta digital de Mediaset España cubre un nuevo e interesante target.

JULIO

Mediaset España, primer grupo de Comunicación que obtiene la **certificación AENOR por sus protocolos frente a la COVID-19**.

AGOSTO

Nace **Mitele CLUB**, plataforma para los suscriptores al plan anual de Mitele PLUS a través de la cual pueden participar en experiencias exclusivas y acceder a ofertas y promociones especiales de todo tipo de productos y servicios.

SEPTIEMBRE

Mediaset España fortalece su presencia en el mercado publicitario de redes sociales con la **adquisición de BE A LION**, empresa especializada en soluciones de comunicación en el entorno de las redes sociales.

NIUS, el diario de información digital nativo gratuito de Mediaset España, cumple su primer aniversario refrendado por una audiencia creciente.

'**Solo/Sola**', primer formato de telerrealidad creado y desarrollado íntegramente por Mediaset España para su plataforma de contenidos premium Mitele PLUS, seleccionado entre los FreshTV Formats 2020 en MIPCOM Online+.

OCTUBRE

Telecinco, único medio de comunicación en el ranking de las marcas españolas más valiosas en el estudio BrandZ™ de Kantar 2020.

Boing cumple diez años de emisión, convertido en el canal infantil líder de las televisiones comerciales por séptimo año consecutivo.

Inauguración de la **11ª edición del Máster de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales Mediaset España**, en colaboración con la Universidad Europea de Madrid.

NOVIEMBRE

Cuatro cumple su 15º aniversario, siendo la cadena generalista que mejor convierte a target comercial en prime time con un 6,7%

DICIEMBRE

Mediaset España concluye el año como el grupo de televisión líder por 10º año consecutivo, con un 28,4% de share.

Telecinco alcanza al cierre de año su 21ª victoria consecutiva entre las televisiones comerciales con un 14,6%, un hito histórico en sus 30 años de emisiones.

Mitele vuelve a situarse en 2020 como la plataforma de televisión más consumida en España con 2.976 millones de vídeos vistos.

Mtmad bate en su acumulado anual su récord histórico con 347 millones de reproducciones.

CONTEXTO DE NEGOCIO

El año 2020 vino caracterizado por la existencia a nivel global de la pandemia del coronavirus. Dicha situación hizo que las perspectivas de crecimientos inicialmente tanto a nivel mundial, como nacional, no se cumplieran y que los crecimientos previstos se tornaran en caídas del producto interior bruto de doble dígito en países como España. De cara al próximo año, la incertidumbre es muy elevada ya que en gran parte depende de la evolución de la situación sanitaria.

A nivel del negocio, la existencia de confinamientos en la mayor parte de los países del mundo hizo que los datos de consumo de contenidos se dispararan. En España, el consumo de televisión alcanzó los 241 minutos por persona y día, un registro no visto desde hace más de una década. Adicionalmente, las plataformas OTT vieron cómo se incrementaba también la demanda de contenidos, lo que redundó en un mayor apetito por parte de los players globales en contenidos locales.

En este entorno la evolución del mercado de la publicidad se volvió más cortoplacista aun que de costumbre. El desarrollo de la pandemia, las medidas tomadas por los gobiernos para controlarla y cualquier otro aspecto que pudiera influir en el consumo de televisión o efectividad de las campañas hizo que los anunciantes gestionaran sus presupuestos, si cabe, más activamente. Por sectores, hubo divergencias significativas siendo las empresas de telecomunicaciones y las financieras las menos penalizadas por la situación vivida, mientras que otros como automoción o alimentación y bebidas se vieron claramente penalizadas por las restricciones de movilidad y medidas de distanciamiento social impuestas.

En lo que respecta a Mediaset España, la compañía tuvo que hacer frente como objetivo principal el mantenimiento de la seguridad de sus empleados y de su negocio. Se decidió adoptar de manera generalizada el teletrabajo en todas aquellas áreas donde fuera posible, se pusieron en marcha medidas de seguridad sanitaria (test covid, medidores de temperatura, distancia social y etc.), se reforzaron los servicios de IT y se garantizó el correcto funcionamiento de las relaciones con clientes y proveedores. Financieramente se reforzaron las líneas de liquidez y se gestionó de manera activa la cuenta de resultados de la compañía a efectos de mantener unos niveles de generación de caja y rentabilidad adecuados. Asimismo, se intensificaron los controles para asegurar que los cobros por ventas de publicidad y de otros derechos y servicios se recibían según las condiciones contractuales formadas en previsión de un incremento de la morosidad derivada del deterioro de la situación económica.

Hablando de las líneas de negocio de Mediaset España, durante el año 2020 se reforzó el proceso de diversificación de fuentes de ingresos iniciado años atrás y que, debido a las circunstancias anteriormente señaladas, se vio reforzado gracias al buen comportamiento mostrado por la venta de contenidos o los ingresos digitales, que sirvieron para más que compensar los menores ingresos de publicidad en televisión o de los estrenos de cine que no pudieron llevarse a cabo por las restricciones impuestas por la pandemia.

Es objetivo de la compañía mantener esta tendencia en los próximos años, dentro del proceso de transformación en el que se encuentra inmerso Mediaset España y que le permite continuar siendo el operador audiovisual de referencia en España, no sólo en términos del negocio de broadcasting tradicional, sino como compañía de medios de comunicación en sentido amplio. Sirva en este sentido como ejemplo dos inversiones relevantes llevadas a cabo como es la participación adquirida en ProSieben, donde Mediaset España alcanza un 13,18% de su capital tras la última adquisición realizada en enero de 2021, convirtiendo al Grupo en el principal accionista del operador alemán y le permite el acceso a uno de los mercados europeos más importantes o en Bealion, compañía del ámbito digital en la que se adquirió una participación mayoritaria.

En el ámbito corporativo, en el verano de 2020 se abandonó el proceso de fusión con Mediaset SpA que debía haber dado lugar a la creación de una compañía de carácter paneuropeo con vocación de crecimiento y mayor escala para poder competir con los nuevos actores globales que hoy compiten con nosotros. Dicha operación, debió abandonarse por las complicaciones legales en las que se vio inmerso el proyecto.

Sin embargo, cabe destacar que la visión del grupo relativa a la necesidad de una consolidación europea en el ámbito de los medios de comunicación para afrontar los retos planteados por la globalización y la presencia de operadores de ámbito internacional continúa intacta.

PRINCIPALES INDICADORES

	2018	2019	2020
Resultado de explotación (millones de euros)	256,9	264,9	230,5
Beneficio neto ¹ (millones de euros)	200,3	211,7	178,7
Inversión en producción ajena (millones de euros)	91,6	91,5	57,4
Inversión en Producción de Ficción (millones de euros)	36,5	55,9	24,5
Inversión en Coproducción (millones de euros)	11,1	25,8	5,78
Ingresos Publicitarios Netos (millones de euros)	925	880	732
Inversión Técnica (millones de euros)	10,0	11	8,8
Cuota media de pantalla	28,8%	28,9%	28,4%
Horas de contenidos propios ³	28.434	29.043	30.831
Consumo TV España ⁴ (minutos)	234	222	241
Plantilla Media (nº. de empleados)	1.267	1.558,5	1.564

1. Atribuible a los accionistas de la Sociedad dominante.

2. Ratio de Eficacia publicitaria realizado por "INFOADEX" para todas las cadenas del Grupo.

3. Contempla las horas emitidas de contenidos producidos por el Grupo Mediaset España.

4. Incluye el consumo lineal, el diferido, los invitados y las segundas residencias.

MODELO DE GOBIERNO

ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

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 hasta el 22 de junio de 2020.

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.

Sociedades consolidadas por integración global	ACTIVIDAD	País	2020	2019
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	Gestión y explotación de los derechos de autor	España	100%	100%
Telecinco Cinema, S.A.U. (3)	Producción cinematográfica	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 Mediterráneo, 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.	Juegos y concursos	España	100%	100%
El Desmarque Portal Deportivo, S.L. (3)	Información y difusión de hechos y sucesos de la actualidad	España	60%	60%
Megamedia Televisión, S.L. (3)	Creación, desarrollo, producción y explotación de contenidos audiovisuales multimedia	España	100%	65%
Supersport Televisión, S.L. (3)	Producción de programas deportivos	España	62,50 %	62,50 %
Aninpro Creative, S.L. (1)	comercialización de acciones y productos de contenido y de publicidad	España	51%	-
Be a Iguana, S.L.U. (8)	comercialización y gestión de acciones	España	51%	-

	de publicidad y patrocinio			
Sociedades integradas por el método de la participación		País	2020	2019
Producciones Mandarina, S.L. (3)	Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales	España	30%	30%
La Fábrica de la Tele, S.L. (3)	Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales	España	30%	30%
Furia de Titanes II, A.I.E. (2)	Servicios de telecomunicación y participación en la creación, producción, distribución y explotación de obras audiovisuales	España	34%	34%
Alea Media, S.A. (3)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	40%	40%
Melodía Producciones, S.L. (4)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	40%	40%
Alea La Maleta, S.L.U. (6)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	40%	40%
Pagoeta Media, S.L. U.(6)	Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales	España	40%	40%
Adtech Ventures, S.p.A. (1)	Comercialización, en Italia y en el extranjero, de publicidad	Italia	50%	50%
Bulldog TV Spain, S.L. (3)	Producción audiovisual, creación y desarrollo de contenidos audiovisuales	España	30%	30%
Alma Productora Audiovisual, S.L. (3)	Producción y distribución de programas y producciones audiovisuales	España	30%	30%
Unicorn Content, S.L. (3)	Producción de programas de televisión	España	30%	30%
Fénix Media Audiovisual, S.L. (3)	Producción y distribución de programas y producciones audiovisuales.	España	40%	-
Campanilla Films, S.L. (7)	Producción y distribución de programas y producciones audiovisuales.	España	30%	-
Aunia Publicidad Interactiva, S.L. (1)	Servicios de comunicación audiovisual	España	50%	50%

Negocios Conjuntos		País	2020	2019
Telefónica Broadcast, S.L.U.–Supersport Televisión, S.L. (U.T.E.) (5)	Producción y distribución de programas y producciones audiovisuales.	España	50%	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.				
(7) La participación en esta Sociedad es a través de Producciones Mandarina, S.L.				
(8) La participación en esta sociedad es a través de Aninpro Creative, S.L.				

CAMBIOS EN EL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN EN EL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2020

- El 10 de marzo de 2020 el Grupo ha adquirido una participación del 40% en la Sociedad Fénix Media Audiovisual, S.L., dicha sociedad pasa a integrarse por el método de la participación.
- En Julio de 2020 el Grupo ha adquirido una participación del 51% en la Sociedad Aninpro Creative, S.L., dicha sociedad pasa a integrarse en el Grupo por el método de integración global.
- En fecha 26 de octubre de 2020 la Sociedad Producciones Mandarina, S.L. (integrada al 30%) ha constituido una Sociedad participada al 100% Campanilla Films, S.L., pasa a integrarse esta participación en el Grupo, por el método de la participación.
- En noviembre de 2020 la Sociedad Aninpro Creative, S.L. (integrada al 51%) ha constituido una sociedad participada al 100% Be a Iguana, S.L.U., pasando a integrarse globalmente esta sociedad.
- En fecha 16 de diciembre de 2020 el Grupo ha adquirido el 35% que le restaba, de la sociedad Megamedia Televisión, S.L.U. con lo que el Grupo consolida una participación del 100% en la sociedad.

Accionariado de Mediaset España a 31 de diciembre del 2020

FREE FLOAT	42,4%
MEDIASET SPA	53,2%
AUTOCARTERA	4,36%

Perímetro Consolidación Grupo Mediaset España

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, SA

GRUPO EDITORIAL 100% **

GRUPO AUDIOVISUAL MEDIASET ESPAÑA 100% **

PROSIEBEN SAT 9,75%*

CONECTA 5 100% **

MEDIACINCO CARTERA 100% **

PRODUCCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES MEDITERRANEO 100% **

SUPERSPORT (62,5%)**

MEGAMEDIA (100%)**

LA FÁBRICA DE LA TELE (30%)***

MELODÍA PRODUCCIONES* (40%)***

ALMA PRODUCCIONES (30%)***

FÉNIX MEDIA AUDIOVISUAL (40%)***

ALEA MEDIA (40%)***

PAGOETA***

LA MALETA ***

UNICORN (30%)***

BULLDOG (30%)***

PRODUCCIONES MANDARINA (30%)***

CAMPANILLA FILMS***

TELECINCO CINEMA (100%)**

A.I.E. "FURIA DE TITANES"***

EL DESMARQUE (60%)*

Nota: La sociedad Melodía Producciones se encuentra en liquidación.

ADVERTISEMENT 4 ADVENTURE 100% **

PUBLIESPAÑA 100% **

PUBLIMEDIA (100%)**

ANINPRO CREATIVE (51%)**

BE A IGUANA.**

ADTECH VENTURES (50%)***

EBX***

NETSONIC (100%)**

* consolidación como inversión financiera

** consolidación global

*** consolidación equivalencia

GOBIERNO CORPORATIVO

El buen gobierno de Mediaset es una de las prioridades del Grupo Mediaset y desde la Dirección General Corporativa se garantiza el seguimiento de la legislación aplicable y de las mejores prácticas de gobierno fijadas tanto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores como por los principales estándares internacionales.

El ejercicio 2020 ha sido un año en el que se ha realizado una profunda revisión y actualización de las normas de gobierno corporativo con el fin de recoger las adaptaciones derivadas de la reforma parcial del Código de Buen Gobierno de la CNMV de junio de 2020 y, en consonancia con ello, la Circular 1/2020, de 6 de octubre, de la CNMV que modifica los modelos de Informe Anual de Gobierno Corporativo y de Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros, además de incorporar alguna modificación puntual derivada de otras normas vigentes (incluida la Ley de Sociedades de Capital).

2020 MODIFICACIÓN Y ADAPTACIÓN NORMATIVA DE BUEN GOBIERNO

Modificación del Reglamento del Consejo de Administración

Adaptación del artículo 6º de manera que el Consejo de Administración tenga entre sus facultades la de aprobación de una política de selección de consejeros y de diversidad, así como de la política de comunicación, contactos e implicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto, incluyendo la política de comunicación de información económico-financiera, no financiera y corporativa. En aplicación de dichas facultades se aprobaron las modificaciones de dichas políticas a las nuevas recomendaciones de gobierno corporativo que aparecen publicadas en la página web de la compañía (https://www.mediaset.es/inversores/es/Políticas_Corporativas.html)

Adaptación del artículo 13 para regular la forma y supuestos de obligada comunicación a la sociedad por parte de los consejeros cuando se encuentren en situaciones que puedan perjudicar a la reputación de la sociedad.

Adaptación del artículo 19 para establecer que en la comisión ejecutiva existan al menos dos consejeros no ejecutivos y que al menos uno de ellos sea independiente. La actual composición de la dicha Comisión cumple con esos criterios.

Adaptación del artículo 21 de manera que la Comisión de Auditoría y Cumplimiento supervise los sistemas de control y gestión de riesgos financieros y no financieros, así como el proceso de elaboración y presentación de la información financiera y no financiera. Como así sucede en la compañía.

Adaptación del artículo 22 sobre las facultades de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones para que entre ellas se incluya la de evaluar el tiempo y dedicación de los consejeros que precisos para que puedan desempeñar eficazmente su cometido. La evaluación anual de los consejeros supervisa este punto.

Modificación del artículo 38 "Página web" para adaptar la redacción a los requerimientos de la nueva redacción de la Recomendación 18 del Código de Buen Gobierno de junio de 2020.

Modificación del artículo 40 "Relaciones con los mercados de valores" para adaptar la redacción a lo previsto en el artículo 226 de la Ley del Mercado de Valores, en la Recomendación 42.1.a) del Código de Buen Gobierno de junio de 2020, en el artículo 49.6 del Código de Comercio y en el artículo 529 ter.1.j) de la Ley de Sociedades de Capital, en su redacción dada por la Ley 11/2018.

Modificación del Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Adaptación del artículo 3 de manera que sus miembros en su conjunto, y especialmente su Presidente, sean designados teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría, finanzas, gestión de riesgos, tanto financieros como no financieros.

Adaptación del artículo 5 que recoge las facultades de dicha Comisión para que se incluya (i) la supervisión y evaluación del proceso de elaboración e integridad de la información financiera y no financiera; (ii) supervisión y control para que la política de control y gestión de riesgos de Mediaset incluya también riesgos relacionados con la corrupción; ambas facultades que ya viene realizándose por la Comisión.

(iii) establecimiento de un mecanismo que permita comunicar irregularidades de potencial trascendencia, incluyendo las financieras, contables o de cualquier otro tipo, que se adviertan en el seno de la Sociedad o el Grupo Mediaset, pudiendo proponer las acciones oportunas para su mejora y la reducción del riesgo de irregularidades en el futuro. Dicho mecanismo deberá garantizar la confidencialidad y, en todo caso, prever supuestos en los que las comunicaciones puedan realizarse de forma anónima, respetando los derechos del denunciante y denunciado.

El actual buzón habilitado por la compañía cumple con dichos requisitos; supervisar que las prácticas de la Sociedad en materia medioambiental y social se ajustan a la estrategia y política fijadas.

(iv) supervisar que las prácticas de la Sociedad en materia medioambiental y social se ajustan a la estrategia y política fijadas y que la política de responsabilidad corporativa y sostenibilidad en materia medioambiental y social identificará e incluirá, al menos: (a) los principios, compromisos, objetivos y estrategia en lo relativo a accionistas, empleados, clientes, proveedores, cuestiones sociales, medio ambiente, diversidad, responsabilidad fiscal, respeto de los derechos humanos y prevención de la corrupción y otras conductas ilegales; (b) los métodos o sistemas para el seguimiento del cumplimiento de las políticas, de los riesgos asociados y su gestión; (c) los mecanismos de supervisión del riesgo no financiero, incluido el relacionado con aspectos éticos y de conducta empresarial; (d) los canales de comunicación, participación y diálogo con los grupos de interés; y (e) las prácticas de comunicación responsable que eviten la manipulación informativa y protejan la integridad y el honor.

En la actualidad la sociedad cuenta con una política de responsabilidad corporativa, pero a la vista de los nuevos requerimientos de buen gobierno será necesario hacer una revisión tanto de la política como su estrategia y objetivos.

Adaptación del artículo 6 con el fin de que en el acta de las reuniones de la Comisión se consignen las entradas y salidas de los distintos invitados.

Modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Adaptación de artículo 5 para incluir entre sus funciones la de asesorar al Consejo de Administración en la elaboración y aplicación de la política de diversidad y selección de consejeros.

Siguiendo con esta facultad se sometió a la aprobación de los consejeros la aprobación de las modificaciones de la política de diversidad y selección de consejeros que también ha sido adaptada a los nuevos requerimientos.

Adaptación del artículo 6 para que, al igual que en la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, en el acta de las reuniones de la Comisión se consignen las entradas y salidas de los distintos invitados.

Adaptación del artículo 6 con el fin de que en el acta de las reuniones de la Comisión se consignen las entradas y salidas de los distintos invitados.

Modificación de la política de diversidad del Consejo de Administración y selección de consejeros.

Modificación de la política de comunicación de información, contactos e implicación con accionistas, inversores institucionales, asesores de voto, otros grupos de interés.

Junta General de Accionistas

Al objeto de evitar discriminaciones, garantizar la paridad de trato entre los accionistas y de salvaguardar la salud de los accionistas, empleados y demás personas que intervienen en la preparación y celebración de la Junta, la compañía acordó que la asistencia a la Junta General Ordinaria celebrada en el 2020 fuera por medios exclusivamente telemáticos, quedando limitada la asistencia presencial al personal colaborador imprescindible para hacer posible su celebración. La presencia en remoto fue de un 0,032% y la representación de un 72,257%.

Derechos de los accionistas

Foro electrónico

Una acción un voto

Fraccionamiento del voto

Comunicación continua a través del área de Inversores

Políticas accesibles en la web

Retribución de los consejeros votación anual vinculante. Voto favorable del 78,55% de los accionistas.

Justificación de las propuestas de nombramiento y reelección de consejeros.

Votación separada de puntos sustancialmente independientes

Características del Consejo de Administración

Presidente no ejecutivo

Número inferior a 15

Comisiones presididas por consejeros independientes

Informes de actividad anual de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Compromiso de no financiación de partidos políticos

Limitación de la participación de los consejeros en otros Consejos de Administración.

Obligación de informar al Consejo de Administración de las causas penales en las que los consejeros aparezcan como imputados.

Control de las situaciones de conflicto de interés a través del Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores de Mediaset España

Evaluación anual de los consejeros y de las Comisiones

Revisión externa de los Informes de Gobierno Corporativo y Remuneraciones

Gestión fiscal con exclusión de paraísos fiscales

Composición

Durante el ejercicio 2020 se produjo la dimisión, por motivos personales, de Doña Helena Revoreda Delvecchio como consejero independiente de la compañía lo que ha producido una reducción del número de consejeros independientes, así como del porcentaje de presencia femenina en el Consejo de Administración. En 2021 la Sociedad tiene previsto promover el nombramiento de un nuevo consejero independiente poniendo asimismo en marcha los mecanismos de selección que promueven la diversidad de sus miembros.

En el 2020 la evaluación anual del funcionamiento del Consejo de Administración ha sido realizada por un consultor externo con el que el Grupo Mediaset España no realiza ninguna actividad comercial. El procedimiento de autoevaluación del Consejo de Administración, de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y de la de Nombramientos y Retribuciones. El procedimiento de autoevaluación se inició en 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.

D. Alejandro Echevarría Busquet	Presidente
D. Paolo Vasile	Consejero Delegado
D. Fedele Confalonieri	Vicepresidente
D. Mario Rodríguez Valderas	Secretario
D. Massimo Musolino	
D. Marco Giordani	
D ^a . Gina Nieri	
D. Niccolò Querci	
D. Borja Prado Eulate	
D ^a . Consuelo Crespo Bofill	
D ^a . Cristina Garmendia Mendizábal	
D. Javier Díez de Polanco	

Ejecutivos	25%
Dominicales	41,66%
Independientes	25%
Otros externos	8,33%

Comisión Ejecutiva

Tiene delegadas las facultades inherentes al Consejo, excepto las legal, estatutaria o reglamentariamente indelegables.

Ejecutivos: 16,66%
Dominicales: 50%
Independientes: 16,66%
Externos: 16,66%

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

En dependencia directa del Consejo de Administración, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento es el órgano encargado, entre otros asuntos, de la supervisión de la información financiera y no financiera que publica la compañía, de las situaciones de conflictos de interés, relaciones con el auditor de cuentas y supervisión de la política control y gestión de riesgos, entre otros, entre otros.

Siguiendo con las recomendaciones de buen gobierno, está presidida por un consejero independiente.

Ejecutivos: 0%
Dominicales: 40%
Independientes: 60%

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

Presidida por un consejero independiente, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones 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.

Ejecutivos: 0%
Dominicales: 50%
Independientes: 50%

Principales temas abordados por el Consejo de Administración

La actividad del Consejo de Administración de Mediaset España se centra en la definición, supervisión y seguimiento de las políticas, estrategias y principales directrices.

- Supervisión de la trayectoria de la Compañía: la evolución de la facturación publicitaria y resultados de audiencia.
- Seguimiento de la gestión de la Compañía: Análisis de los estados financieros de la Compañía y su Grupo - Aprobación del Presupuesto del ejercicio 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.
- Formulación y aprobación de las actuaciones relacionadas con el proyecto de fusión de Mediaset España. Aprobación y comunicación de la cancelación de la misma.
- Análisis del impacto de la COVID-19 en la compañía - Adopción de las decisiones necesarias para garantizar la continuidad del negocio y la protección de los trabajadores.
- Remuneración de los consejeros. Aplica principios de equilibrio y moderación a la remuneración del Presidente, Consejero Delegado y vocales.
- Análisis de la situación política y modificaciones legislativas. Prepara actuaciones internas de cara a diferentes escenarios políticos y/o legislativos – Garantiza el cumplimiento de las normas internas.
- Supervisión de la actividad de las diferentes áreas de la compañía.

Impulso del Gobierno Corporativo - Aprobación del Informe Anual Corporativo de Información no Financiera.

SERVICIOS PRESTADOS POR EL AUDITOR DE CUENTAS

TRABAJOS DE AUDITORÍA	€ 304 (miles)
OTROS TRABAJOS DE VERIFICACIÓN	€43 (miles)
Estado de Información no Financiera	
Informe anual IPA 5% Cine	
Informe anual SCIIF	
Informe de Remuneraciones de los Consejeros	
Informe Anual Gobierno Corporativo (IAGC)	

Detalle de la remuneración en miles percibida por los consejeros en el ejercicio 2020.

Nombre	Total retribución metálico 2020	Beneficio bruto de las acciones o instrumentos financieros consolidados	Remuneración por sistemas de ahorro	Remuneración por otros conceptos	Total retribución ejercicio 2020
D. ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	1.025	29			1.054
D. PAOLO VASILE	1.902	94			1.996
D. FEDELE CONFALONIERI	139	0			139
D. MASSIMO MUSOLINO	975	13			988
D. MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	784	11			795
D. MARCO GIORDANI	123	0			123
D. BORJA PRADO EULATE	105	0			105

D. NICCOLÓ QUERCI	115				115
Dña. GINA NIERI	101				101
D. JAVIER DIEZ DE POLANCO	141				141
Dña. CRISTINA GARMENDIA MENDIZABAL	127				127
Dña. CONSUELO CRESPO BOFILL	147				147
Dña. HELENA REVOREDO DELVECHIO (*)	21				21
TOTAL	5.705	147			5.852

Nota: Dña. Helena Revoredo presentó su dimisión como consejero el 29 de febrero de 2020.

El importe de la retribución en metálico percibida por los consejeros en el ejercicio 2019 fue de 5.679 miles de euros más un importe de 386 miles de euros correspondiente a los beneficios brutos percibidos de instrumentos financieros consolidados, siendo el total de la retribución percibida en el 2019 de 6065 miles de euros.

MODELO DE NEGOCIO

MODELO DE ÉXITO

Propósito: hacer compañía a la ciudadanía a través del entretenimiento

Principales recursos

Disponibilidad de **recursos financieros**

Medios técnicos, tecnológicos e infraestructuras punteras

Talento creativo

Relaciones comerciales que aseguran el acceso a una programación puntera

Amplio abanico de medios de difusión

Sólidas **relaciones comerciales** con los anunciantes

Relación constructiva con organismos reguladores del sector audiovisual

Licencias sobre marcas estrella de la programación

Uso sostenible de los **recursos naturales**

Gestión razonable de la **cadena de proveedores**

QUÉ HACEMOS Y CÓMO LO HACEMOS

CADENA DE VALOR

ÁREAS CORPORATIVAS DE SOPORTE

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

- Creadores internos / externos
- Propiedad intelectual
- Licencias y productos derivados
- Trademarks

COMPRA DE CONTENIDOS

- Gestión de derechos de emisión

EMISIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS

- TDT
- Webs/app
- Plataformas de pago, HbbTV, OTTs y TV internacionales
- Salas de cine y home video
- Agencia de noticias

VENTA DE PUBLICIDAD Y DE CONTENIDOS

- Creación interna / externa de piezas publicitarias en TV y en digital
- Venta de contenidos

ANÁLISIS DE AUDIENCIA

- Analíticas y Metadata

MODELO DE GESTIÓN

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

Transversalidad de los contenidos

Sólida posición financiera

Política comercial de bloques cortos en prime time, oferta multipantalla y superspot

Riqueza de targets única

Capacidad de afrontar cambios con rapidez

VALOR CREADO

Empleo directo	1.555
Entretenimiento valorado por la audiencia cuota media de pantalla	28,4
Apoyo a causas sociales	40.420€
Administración pública	90.974€
Inversión en mejoras ambientales	29
Proveedores	315.853€
Inversión en derechos audiovisuales	87,8€

Datos a 31/12/2020. Los datos económicos están expresados en miles de €.

RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Mediaset España cuenta con una amplia gama de colectivos que tienen impacto en las actividades del negocio o se ven afectados por ella. En la identificación de estos grupos participan las principales áreas de negocio, bajo la coordinación de la Dirección General Corporativa.

Para comprender y dar respuesta a las expectativas de los principales grupos de interés, Mediaset España establece diversas vías de comunicación y diálogo, prestando especial atención a facilitar las más adecuadas para cada grupo.

Principales grupos de interés y herramientas de comunicación y diálogo

EMPLEADOS

- División de RR.HH
- Intranet corporativa
- Portal del Empleado
- Tablones de anuncios
- App de RRHH
- Agente de Igualdad
- 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

- Informes anuales
- Junta General
- 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)
- Agencias de rating no financiero

ADMINISTRACIÓN

- Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)
- Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)
- Secretaría 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 centros educativos
- Organizaciones sociales:
- Dir. General Corporativa
- corporativo@mediaset.es
- Portal de Empleo
- <http://www.rrhempleo.telecinco.es/>
- Ejercicio de los derechos de privacidad
- privacidad@mediaset.es
- Responsabilidad Corporativa
- corporativo@mediaset.es
- División de Comunicación mediasetcom@mediaset.es
- Medios de comunicación mediasetcom@mediaset.es

PROVEEDORES

- Dir. Compras y SS. Generales
- Web de acceso privado para proveedores
- E-mail: comprasy servicios@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)
Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación
Responsable 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

- El **buzón de responsabilidad corporativa** facilita el diálogo con quienes se interesan por la gestión sostenible de la compañía.
- El **portal del empleado y la intranet corporativa** son los principales canales de información para la plantilla y mediante los distintos comités se recogen sus inquietudes y requerimientos.
- Las **encuestas de opinión y mediciones de audiencia** permiten tomar el pulso de la adecuación de los contenidos ofrecidos a los gustos de la audiencia.
- El **buzón ético** permite trasladar cualquier inquietud sobre prácticas de negocio contrarias a los valores del Código Ético, la normativa y la buena fe.
- A través de las **agencias de medios** se canaliza la interacción con los anunciantes.
- La comunicación con accionistas e inversores se produce de forma directa a través de la oficina del accionista y el área de relación con inversores, así como mediante los **roadshows, webcast** y demás encuentros impulsados por dichas áreas.

RELACIÓN CON LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS

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

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)
Asociación Europea de Comercio de Marketing de Soluciones de Publicidad (EGTA)

Durante 2020 Mediaset España ha participado en la revisión y valoración del Anteproyecto de la nueva Ley de Comunicación Audiovisual. De igual modo, ha representado sus intereses durante el proceso de elaboración del paquete normativo de la Comisión Europea sobre servicios digitales, considerando fundamental que esta futura regulación tenga en cuenta el significativo poder de mercado de las grandes plataformas digitales en la cadena de valor digital y cómo este poder puede afectar de forma negativa a la competencia en el mercado de la publicidad digital y en la prestación de servicios digitales.

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 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.

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.

Desde 2012, Mediaset España sigue los principios y directrices definidos por **Global Reporting Initiative (GRI)** para la elaboración de memorias de sostenibilidad.

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.

SOLIDEZ DE UNA ESTRATEGIA COHERENTE

El ejercicio 2020 ha puesto a prueba la estrategia y capacidad de respuesta de todas las compañías a nivel mundial. En particular, Mediaset España ha demostrado que la solidez de sus pilares estratégicos ha permitido, no sólo alcanzar los objetivos previstos, sino también llevar a cabo con éxito el desarrollo del negocio ante un contexto inesperadamente adverso.

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.

La transformación del Grupo Mediaset España en un grupo líder audiovisual es un hecho. Teniendo en cuenta que su origen y su core business son los de una televisión bajo el modelo de free TV, su objetivo prioritario continúa siendo ser líder también en rentabilidad gracias a su excelente capacidad de maximizar las campañas publicitarias con una estructura de costes de programación/producción eficiente y competitiva. El modelo de televisión transversal implantado por Mediaset permite 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 2020 Mediaset ha continuado impulsando la tecnología HBBTV, que ha sido una ventana de emisión más de todos nuestros contenidos y ha potenciado la plataforma digital de pago denominada MitelePlus como iniciativa para impulsar aún más su negocio audiovisual.

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 justifica por los datos financieros y operativos conseguidos.

b. Promoviendo la obtención de rentabilidad en internet.

Internet es una de las palancas más fuertes en el crecimiento de la oferta audiovisual del Grupo. Mediaset está consiguiendo compaginar la convivencia de los programas y marcas de televisión con su emisión en la plataforma MitelePlus. Además de esto, ha tenido la capacidad de crear nuevos contenidos específicos para el mundo digital que han nacido directamente en el online.

Todo lo anterior se ha conseguido y continuará consiguiéndose bajo un axioma: la obligatoria rentabilidad positiva, objetivo estratégico básico de nuestro Grupo. 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 continuó incrementando las coberturas del Grupo sin poner en riesgo la rentabilidad positiva de la actividad de internet. 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 en abierto y de pago es un vehículo de oferta audiovisual multidisciplinar. Hemos conseguido incorporar nuevos públicos que se complementen con la audiencia principal de Mediaset.

En septiembre de 2020 se adquirió Be a Lion, fortaleciendo la presencia en el mercado publicitario de redes sociales y se consolidó la web de deportes El Desmarque, plataforma de actualidad deportiva de mayor seguimiento a nivel nacional.

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 dispone de una oferta de productos audiovisuales con vocación multiplataforma. La emisión a través de sus ocho canales TDT, el lanzamiento del HBBTV, las plataformas Mitele y Mitele Plus, las web's de sus canales y los acuerdos con los mayores jugadores OTT como son Netflix, Amazon y HBO consiguen posicionar a Mediaset como líder audiovisual en el mercado español. En este sentido, Mediaset España ha seguido impulsando 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.

d. Estimulando la necesaria adecuación/evolución tecnológica y a las nuevas formas de trabajo ocasionadas por la situación de pandemia por la Covid-19.

Durante 2020 se ha seguido con el esfuerzo de inversión en la tecnología necesaria que permitan la transformación hacia un entorno audiovisual. La disrupción en la forma de trabajo habitual hasta la llegada de la pandemia del Coronavirus, supuso un desafío importante para la Compañía. En este sentido, se lograron movilizar los recursos tecnológicos y su adaptación en un periodo de tiempo pequeño, dando continuidad al negocio sin que alguna actividad se viese afectada. Desde el mismo momento en que se activó el estado de alarma por parte de las autoridades Mediaset España estuvo en disposición de asegurar la emisión de sus contenidos en nuestros canales en abierto y en nuestras distintas plataformas digitales. Asimismo, se aseguró que todos sus empleados pudieran teletrabajar en caso de ser necesario.

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.

Mediaset España continúa atenta a la regulación de la publicidad del juego en TV que pueda surgir próximamente y está comprometida en la implantación de las nuevas pautas en la venta de publicidad que entraron en vigor a finales de 2020.

3. DIMENSIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN Y LOS PROCESOS DE FORMA ADECUADA AL ESCENARIO COMPETITIVO Y A LA ACTUAL SITUACIÓN DE PANDEMIA COVID-19.

En primer lugar, hay que resaltar la gran capacidad de adaptación que el Grupo ha tenido para asimilar las consecuencias de la pandemia por la Covid-19. Desde el inicio de esta ha sido un objetivo prioritario asegurar la salud laboral de los trabajadores. Asimismo, Mediaset siempre ha sido una compañía que ha promovido la productividad de su organización a todos los niveles. Esta nueva situación ha acelerado la implantación de nuevas formas de trabajo que el Grupo irá optimizando. Además, la ya comentada evolución tecnológica que se caracteriza además por tener una velocidad vertiginosa obliga a que nuestro Grupo mantenga una plantilla acorde con los distintos procesos 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.

Por último, 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. La transformación digital está acelerando este proceso. Este proceso de 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.

LA GESTIÓN INTEGRADA DE RIESGOS

El contexto en el cual Mediaset España desarrolla su negocio es cada vez más complejo y el nivel de incertidumbre mayor. Por tanto, entender y gestionar adecuadamente los riesgos resulta fundamental para el éxito del negocio.

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

Sistema integrado de gestión de riesgos

Consejo de Administración

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 sociedades del Grupo y evaluar su grado de cumplimiento, velar por el cumplimiento del Reg. Interno de Conducta, gestionar el buzón ético e investigaciones internas, establecer y actualizar los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas y fomentar una cultura de cumplimiento.

Comité de Adquisiciones y Ventas

Depende de Comité de Riesgos. 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

Depende de Comité de Riesgos. Entre sus principales funciones se encuentran las de revisar, aprobar e impulsar la Política de Seguridad, así como realizar un seguimiento de las incidencias de seguridad críticas producidas en el Grupo, proponer y llevar a cabo los planes de seguridad, verificar las medidas de seguridad técnicas definidas en la Política.

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.

MARCO DE CONTROL

SISTEMA CONTROL INTERNO INFORMACIÓN FINANCIERA

POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS

CÓDIGO ÉTICO

MODELO DE PREVENCIÓN Y DETECCIÓN DE DELITOS

POLÍTICA DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO

POLÍTICA DE SEGURIDAD CORPORATIVA

REGLAMENTO INTERNO EN EL MERCADO DE CALORES

OTRAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS

El Código Ético y la Política de Cumplimiento Normativo del Grupo Mediaset España 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.

PRINCIPIOS Y VALORES DEL CÓDIGO ÉTICO

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

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 Auditoría Interna, **valoran la inclusión en el Mapa de Riesgos** de la compañía, de aquellos eventos que supongan una amenaza potencial para la consecución de los objetivos de la Dirección

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. Revisa (semestral) y actualiza (anual) el Mapa de Riesgos.

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

El abanico de **riesgos de corrupción** a los que puede enfrentarse el Grupo es muy amplio, incluye, entre otros: el soborno en todas sus formas, el blanqueo de capitales, los conflictos de interés, la alteración de la competencia de mercado, la financiación de partidos políticos, sus candidatos o sus fundaciones, o el tráfico de influencias, entre muchas otras conductas. El Código Ético, junto con la Política de Cumplimiento Normativo y el Protocolo de Detección y Prevención de Delitos, establecen el marco de actuación para prevenir y evitar que se produzcan acciones que puedan ser consideradas prácticas de **corrupción o cualquier comportamiento tipificado como delito por el Código Penal**.

El sistema de alertas de gestión y fraude de Mediaset España tiene la finalidad de prevenir prácticas irregulares o detectar indicios de operaciones sospechosas. A su vez, cualquier empleado, directivo, administrador o colaborador del Grupo Mediaset que tenga fundadas sospechas de la existencia de prácticas contrarias a los principios y valores del Código Ético o a la ética y la buena fe en los negocios, puede comunicarlas a través del Buzón Ético.

Por otra parte, el Código Ético, junto con el Reglamento Interno de Conducta del Grupo, establecen los criterios y normas de actuación con el fin de evitar situaciones que puedan generar un **conflicto de interés**. Por su parte, el Grupo cuenta con una serie de procedimientos que mitigan el riesgo de existencia de conflictos de interés y estimulan la transparencia y la buena gestión. En este sentido, para evitar los potenciales conflictos de interés en la creación de contenido y/o su divulgación, todos los encargos de creación de contenidos son revisados, analizados y finalmente aprobados por el Comité de Adquisiciones del Grupo. En el caso de cualquier operación vinculada (compra-venta de contenidos, préstamos, salarios, etc.) 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. A su vez, a efectos de detectar y resolver posibles conflictos de interés entre la sociedad y sus consejeros y con el fin de evitar conductas que puedan causar un perjuicio a la sociedad o a sus accionistas, se cuenta con diversos mecanismos establecidos en el reglamento del Consejo de Administración.

El reglamento del Consejo de Administración está disponible en la página web https://www.mediaset.es/inversores/es/Consejo_de_Administracion.html

BUZÓN ÉTICO

- Información recibida por la Unidad de Cumplimiento y Prevención, quien valora su veracidad y credibilidad
- Eleva las que estima fundadas a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, quien valora el inicio de la investigación
- Obligación de garantizar y asegurar la protección de la privacidad y confidencialidad de la información recibida y las personas implicadas
- Difusión semestral a través de pop-up
- En 2020 se ha recibido una sugerencia relacionada con los protocolos implementados para el seguimiento de casos de la Covid-19.

La Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos (UCPD) tiene la responsabilidad de establecer controles para la prevención y detección de conductas delictivas, tales como la corrupción en los negocios, el tráfico de influencias o la estafa, así como la actualización anual del Mapa de riesgos penales. En 2020, la UCPD no ha recibido ninguna consulta/denuncia relacionada con temas de corrupción o de otra índole.

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. Dentro del Plan Anual de Auditoría, se lleva a cabo el análisis de los riesgos relacionados con la corrupción u otros comportamientos delictivos en las líneas de actividad que mayor incidencia tienen en el Grupo. En 2020 se han revisado dichos riesgos en todas las unidades de negocio del Grupo, habiéndose detectado 4 posibles riesgos que se han mitigado con la aplicación de las correspondientes medidas de control.

CONTROLES DEL GRUPO PARA MITIGAR LOS RIESGOS DE CORRUPCIÓN Y SOBORNO

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

Cualquier compra de bienes y servicios se encuentra regulada mediante los procedimientos de adquisiciones y de firma de contratos y es la Dir. de Compras y Servicios Generales la encargada de supervisar la gestión.

CONTROLES DE GESTIÓN EN LA CADENA DE SUMINISTRO

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

FORMACIÓN EN PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN 2020

MODELO GENERAL DE COMPLIANCE	295 PARTICIPANTES 1.360 HORAS
COMPLIANCE EN CIBERSEGURIDAD	
COMPLIANCE EN PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS	

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

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

MAPA DE RIESGOS

El mapa de riesgos, cuya aprobación anual compete a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y que aborda potenciales riesgos financieros y no financieros del negocio, es revisado con periodicidad semestral de cara a identificar cualquier factor de riesgo que pueda tener un impacto negativo en las operaciones o resultados del Grupo, revisión que también se presenta ante la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y ante el Consejo de Administración.

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

En 2020, si bien su elaboración anual se produjo en febrero, dada la particularidad del contexto mundial la periodicidad de las revisiones y monitorizaciones ha sido más frecuente. La pandemia de la COVID 19 ha originado que los riesgos relacionados con la salud de los trabajadores y la continuidad de negocio tengan un peso mayor del que tenían hasta ese momento.

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.	(3)	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.	Publicación del Real Decreto 958/2020, de 3 de noviembre, de comunicaciones comerciales de las actividades de juego, de la Ley 4/2020, de 15 de octubre, del Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales, de los Reales Decretos relacionados con Covid-19	Respecto al decreto relacionado con la restricción de emisión de publicidad de actividades de juego Mediaset está analizando medidas alternativas para optimizar ingresos en las franjas donde sea posible emitir dicha publicidad. En relación a la nueva legislación relativa al nuevo impuesto sobre servicios digitales la compañía está analizando el posible impacto en 2021 si es que dicho impuesto le resultase de aplicación. Finalmente Mediaset ha cumplido escrupulosamente con toda la legislación en materia de seguridad en el trabajo y prevención relacionada con los protocolos COVID-19	1. Ingresos de publicidad de operadores de actividades de juego. 2. Gasto por devengo del impuesto de servicios digitales 3. Número de casos de contagio	RÁPIDO
PERDIDA DE COBERTURA DE LA TV Y UNA BAJADA DE CONSUMO POR OTRAS PLATAFORMAS	La ampliación de la oferta televisiva con incorporación de plataformas OTT junto con nuevos patrones de consumo más dirigido al bajo demanda puede provocar un descenso en el consumo de TV y por consiguiente, una pérdida de cobertura y notoriedad de la televisión en abierto.	(1)	Mediaset está aprovechando todas las oportunidades que el mercado audiovisual está ofreciendo en su transformación. Aparte de consolidar su posición como líder en televisión en abierto, la compañía ha desarrollado una estrategia de consolidar sus plataformas web, creación de nuevos canales digitales, fortalecimiento de las redes sociales y alianzas con las principales plataformas OTT para distribución de algunos de sus contenidos.	Sí	Mediaset ha aumentado la inversión para poder ofrecer sus productos audiovisuales en otras plataformas de consumo	Consumo de TV en abierto - Kantar Media y Comscore para audiencias digitales	RÁPIDO
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. La crisis originada por la pandemia COVID-19 ha provocado un fuerte decrecimiento económico en España y por ende un acusado descenso en la inversión publicitaria	(1)	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. Asimismo Mediaset está apostando por una diversificación de la dependencia de sus ingresos por publicidad, véase por la venta de derechos de contenidos a plataformas OTT y nuevas líneas de ingresos digitales.	Si	Mediaset ha aplicado su knowhow en gestión de costes para minimizar el impacto de la pandemia en su cuenta de resultados. Asimismo ha continuado con su apuesta por la diversificación de ingresos con la compra de Be a Lion en septiembre de 2020.	1. Evolución de la inversión publicitaria 2. Evolución del PIB	MUY RÁPIDO
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 hábito de consumo del contenido que impacta en el consumo televisivo.	(1) (2)	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 continúa 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. Continúa haciendo esfuerzos a nivel de inversión para el continuo desarrollo de sus plataformas multimedia.	Datos de audiencia en los canales TDT y on-line. Ventas de productos de ficción y otros programas.	RÁPIDO

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
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.	(1) (2)	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.	(1)	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 Consejo 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	No aplica	Nº de incidentes producidos que afectan a la reputación del Grupo.	MUY RÁPIDO
FINANCIERO	La crisis originada por la pandemia COVID-19 incrementa el riesgo de liquidez y de cobro de las ventas realizadas. 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.	(1)	Mediaset España monitoriza el riesgo de los clientes catalogando a los mismos en función del riesgo y solicitando garantías suficientes para que los impagos sean los menores posibles. La compañía tiene contratados los oportunos instrumentos de cobertura y seguros de cambio para mitigar un posible impacto negativo.	NO	Durante el primer semestre de 2020 ha fortalecido sus fuentes de liquidez con los bancos.	1. Porcentaje de incobrables. 2. Evolución del tipo de cambio	RÁPIDO
TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA	La constante y cada vez más rápida evolución tecnológica tiene su impacto en la forma de consumir televisión. La falta de adecuación tanto de infraestructuras como de sistemas, aplicaciones y plataformas a esta evolución, puede tener un impacto negativo en la sostenibilidad del negocio.	(1) (2)	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.	(1)	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 período 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.	(1) (3)	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).	En 2020 no se han recibido incidentes de seguridad de carácter material	Mediaset realiza un seguimiento continuo sobre los nuevos virus/vulnerabilidades que van apareciendo.	Número de incidentes producidos por este riesgo.	MUY RÁPIDO

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
LITIGIOS	Litigios y contenciosos que 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.	(1) (3)	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.	Si. Aunque el impacto que han tenido ha sido inmaterial.	Desde las áreas de Asesoría Jurídica y resto de áreas afectadas se realiza un seguimiento continuo de los litigios abiertos.	Nº de expedientes nuevos.	LENTO
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.	(1)	La Dirección de Programas tiene una unidad de Investigación de nuevos productos que está continuamente mirando el mercado en la búsqueda de nuevos productos. El Grupo utiliza a Cuatro como incubadora de programas nuevos. El Grupo mantiene las marcas con mayor audiencia.	NO	No aplica	Numero de programas que se cancela su emisión.	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.	(1)	El Grupo tiene definido un plan de continuidad del negocio que garantiza la disponibilidad inmediata del personal, sistemas y plataformas clave necesarias para continuar la emisión. Para ello, realiza la formación y lleva a cabo las inversiones en infraestructuras y tecnologías necesarias.	NO	No aplica	Número 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.	(1) (3)	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 cláusulas de privacidad en los contratos con sus proveedores.	NO	No aplica	Número de incidentes producidos por filtración de información	MUY RÁPIDO

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.

(1) CULMINACIÓN DE LA TRANSFORMACIÓN EN UNA EMPRESA AUDIOVISUAL

(2) DIMENSIONAMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN

(3) SEGUIMIENTO DEL MARCO NORMATIVO

GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS

El liderazgo audiovisual que ostenta Mediaset España en el mercado español conlleva la responsabilidad de realizar una gestión responsable de los contenidos que emite, para garantizar la sostenibilidad del negocio.

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**.

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

MARCO DE CONTROL

LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

CÓDIGO AUTORREGULACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA

ASPECTOS EDITORIALES FUNDAMENTALES

CÓDIGO ÉTICO

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

Nota: debido a la pandemia ocasionada por la COVID 19, durante 2020 las reuniones de trabajo se han llevado a cabo por vía telemática.

RIGOR INFORMATIVO E INDEPENDENCIA EDITORIAL

Para cumplir la premisa de difundir **información imparcial y creíble**, y ante la inmediatez de la información y la creciente preocupación ciudadana sobre su veracidad, dado el gran volumen de noticias falsas que circulan, la redacción de informativos de Mediaset 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 de los poderes** políticos, accionarial, técnica o de otra índole, garantizando la independencia editorial reconocida y valorada por su audiencia, la gran baza para garantizar la licencia social para operar.

CONFIDENCIALIDAD DE LA FUENTE

Con el fin de garantizar la protección de la privacidad por un lado y el ejercicio del derecho a la información por otro, los informativos del Grupo citan las fuentes cuando son públicas y consienten en ser citadas.

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

CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO

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

MARCO DE CONTROL

LEY GENERAL DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA

CÓDIGO ÉTICO

LÍNEAS EDITORIALES

ESTRATEGIAS DE PROGRAMACIÓN

CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS

- **Comité de Producción:** decide y establece las líneas generales de los contenidos semanales de los programas de producción propia y supervisa el estado de las producciones en marcha.
- **Comité de Contenidos:** aborda las cuestiones relativas a los contenidos de los programas y sus temáticas en los distintos canales del Grupo, así como la programación de los mismos.
- **Dirección de Contenidos:** define las líneas editoriales y las traslada a su vez a las direcciones de producción. Éstas, por su parte, las hacen llegar a las productoras para que las sigan. Los Productores Ejecutivos de los programas son los responsables del seguimiento de su adecuada implantación.
- **División de Antena:** facilita directrices en la elaboración de los contenidos desde la perspectiva de su comercialización y desarrolla estrategias de programación para optimizar el rendimiento de los mismos.
- **Calificación por edades** de los contenidos, tanto de producción propia como ajena.
- **Análisis diarios de la programación y las audiencias**, para establecer pautas de programación y adecuar la oferta televisiva a las preferencias de los usuarios.
- **Reunión diaria de contenidos**, para articular estrategias conjuntas de producción, promoción y supervisión de contenidos.

Nota: debido a la pandemia ocasionada por la COVID 19, durante 2020 las reuniones de trabajo se han llevado a cabo por vía telemática.

CALIFICACIÓN DE LOS CONTENIDOS TELEVISIVOS

Aplicación del Sistema de calificación por edades de productos audiovisuales- Código de Autorregulación

Categorización de todos los contenidos televisivos, excepto programas informativos y retransmisiones (salvo las que lo requieren)

Análisis de presencia de alguno de los contenidos potencialmente perjudiciales

En función de la calificación, se define la franja horaria en la que podrá emitirse

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.

CONTENIDOS POTENCIALMENTE PERJUDICIALES

VIOLENCIA

MIEDO O ANGUSTIA

LENGUAJE

SEXO

DISCRIMINACIÓN

CONDUCTAS IMITABLES

DROGAS Y SUSTANCIAS TÓXICAS

SISTEMAS DE CONTROL

Programación en directo

- **Evaluación y monitorización** mediante **reuniones de seguimiento** entre los directivos de la cadena y las productoras de los programas. En dichas reuniones se aborda cualquier aspecto relacionado con el programa, desde los contenidos que se van a emitir o las quejas recibidas, hasta las imágenes y rótulos a utilizar
- **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
- **Visionado** de los programas por parte de Mediaset España, para evaluar su adecuación a las directrices, al Código Ético, al respeto de los derechos humanos, de los derechos de los menores, así como del derecho a la intimidad de las personas.
- Traslado de las **observaciones** a las productoras, para que adapten los contenidos a las mismas. Posteriormente, nuevo análisis y control parte de Mediaset España.
- Pasado el control editorial de la producción ejecutiva, los programas son entregados en videoteca

REVISIONES DE GUIONES Y ESCALETAS VISIONADO DE PROGRAMAS

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.**
- **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.

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

LIBERTAD DE EXPRESIÓN E INDEPENDENCIA PERIODÍSTICA

La libertad de expresión, junto con la independencia periodística, se encuentra reflejada y garantizada en el Código Ético del Grupo, donde se establece que los periodistas deben realizar su trabajo cumpliendo estrictamente los principios de veracidad, objetividad e independencia en la información que transmiten.

Para garantizar esta libertad y evitar cualquier atisbo de censura, se intenta reflejar siempre todas las formas de pensamiento, opinión y corriente que permitan disfrutar de una información veraz y la formación de una opinión plural.

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.

PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

El Protocolo de Gestión de la Propiedad Intelectual establece el marco de gestión de los derechos y deberes en este ámbito.

Contratos de cesión firmados con los productores de las obras

Registro, por Mediaset España, de los nombres de todos los programas (sus marcas)

Supervisión de la Asesoría Jurídica y la División de Adquisición de Derechos

SATISFACCIÓN DE LA AUDIENCIA

- CONSULTA DIARIA A HOGARES (a través de audímetros): 12.810 individuos, 5.300 hogares
- ESTUDIOS CUALITATIVOS - FOCUS GROUP: 3
- ESTUDIOS DE MARKETING ONLINE: 1
- INDIVIDUOS: 1.154

CONTENIDOS DIGITALES

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

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

UNIVERSO MULTIMEDIA DE MEDIASET ESPAÑA

APPS: Deportes Cuatro; mitele; NIUS; La isla de las tentaciones; Got Talent.

WEBS:

MEDIASETespaña
Telecinco
Cuatro
Divinity
Energy
FDF
BEMAD
mtmad
NIUS
M.
EL TIEMPOHOY
EL DESMARQUE
UPPERS
MITELE
MITELE PLUS
12 MESES
YASSS

APPS: deportes Cuatro, mitele, NIUS, La Isla de las Tentaciones, Got Talent

REDES SOCIALES: De cada canal, programa o serie. Facebook, Twitter, Instagram, TikTok

MARCO DE CONTROL

CÓDIGO AUTORREGULACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA
CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS

CÓDIGO ÉTICO

- **Comité de Contenidos:** aborda cuestiones relativas a los contenidos del Grupo.
- **Calificación por edades de los contenidos** creados para las plataformas digitales, utilizando la “mosca” para indicar la edad recomendada.
- **Filtros automatizados por palabras,** para evitar la incitación al odio a través de los comentarios volcados en redes sociales o plataformas digitales.
- **Supervisión y edición de contenidos** creados para plataformas digitales, previo a su publicación, para garantizar el respeto de los valores corporativos relacionados con la creación de contenidos.
- **Comité Digital:** valora la evolución del entorno digital.

MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN E INTERACCIÓN CON LOS USUARIOS

- **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, triviales o juegos interactivos** (mediante Playbuzz y Qualifio): el usuario interactúa con los contenidos de las cadenas.
- **Mitele Club:** espacio para los suscriptores anuales de Mitele PLUS donde pueden comentar en foros, participar en experiencias exclusivas relacionadas con los programas y personajes del Grupo.
- **Encuestas de satisfacción a los suscriptores** de Mitele PLUS, ante una baja.

CALIFICACIÓN DE CONTENIDOS POR EDADES

MITELE

En los contenidos VOD siempre aparece el rating asociado al programa antes de que el usuario acceda a ver el contenido. En los directos de los canales lineales de TV, aparece el rating de forma permanente, al igual que en la TV. Además, Mitele dispone de un sistema de control parental para usuarios registrados que puede activar el propio usuario si lo desea, pudiendo activar por rango de edades mediante PIN parental.

mtmad

En caso de que el contenido no sea apto para todos los públicos, se indica la edad recomendada en el frame de inicio de vídeo, en el cuadrante superior derecho.

NUEVA GUÍA DE PROGRAMACIÓN ENRIQUECIDA

Acceso a la programación de los siguientes tres días de todos los canales, incluidos los exclusivos, en Mitele

NAVEGACIÓN EN ENTORNO SEGURO

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

SELLO CONFIANZA ONLINE

CONTENIDOS EXCLUSIVOS PARA PLATAFORMAS

mtmad

Canales de vídeo de los diferentes talentos de la plataforma

mitel

Directos, eventos especiales o documentales vinculados a la programación

mitel plus

Preestrenos, directos y contenidos exclusivos para suscriptores

GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD

La publicidad es la principal fuente de ingresos para la producción, adquisición y distribución de los contenidos audiovisuales que el Grupo Mediaset España pone a disposición de su audiencia. Por ello, su gestión responsable, llevada a cabo a través de Publiespaña, es fundamental para la sostenibilidad del negocio.

NORMATIVA Y DISPOSICIONES DEONTOLÓGICAS APLICABLES

EUROPEA

- Directiva (UE) 2010/13
- Directiva (UE) 2018/1808 (pendiente transposición)

NACIONAL /AUTONÓMICA / LOCAL

- Ley 34/1988 General de Publicidad
- Ley 7/2010 General de Comunicación Audiovisual
- Ley 3/2013
Creación CNMC
Vigilancia y sanción
Criterios interpretativos
- RD 1624/2011 Reglamento LGCA Modif RD 21/2014
- Normativa
Sectorial Específica
Financiera, Medicamentos, etc

DEONTOLÓGICA

- Código de conducta publicitaria de AUTOCONTROL.
- Publicidad de Alimentos y Bebidas dirigida a Niños. Código PAOS
- Publicidad de las Actividades del JUEGO.

MARCO DE CONTROL

ADHESIÓN AL CÓDIGO DE CONDUCTA PUBLICITARIA DE AUTOCONTROL

- 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 deontológica a AUTOCONTROL sobre cualquier duda relacionada con la regulación o autorregulación de la publicidad o con la interpretación de esta.
- Consulta previa a la emisión de una pieza publicitaria solicitada por un cliente o por Publiespaña, donde se solicita un informe a la Asesoría Jurídica de AUTOCONTROL sobre su corrección deontológica y legal.
- El informe que emita AUTOCONTROL (COPY ADVICE) se refiere a la pieza publicitaria concreta y su dictamen es vinculante para la compañía.
- Sometimiento al control independiente por parte de AUTOCONTROL, posterior a la emisión de las piezas publicitarias, ante el planteamiento de eventuales controversias o reclamaciones presentadas por cualquier consumidor con un interés legítimo, que estime que la misma es contraria al Código de Conducta Publicitaria. La resolución que emita el jurado de la publicidad.

En el ámbito de la autorregulación, durante 2020 se han producido modificaciones en algunos Códigos de conducta publicitarios: en el Código de productos de nutrición enteral, el Código de Publicidad de medicamentos dirigidos al público y el Código de Publicidad de vino. Así mismo también se han elaborado nuevos Códigos de conducta publicitarios, atendiendo a la expansión imparable del ámbito digital, como el Código de Conducta de Publicidad de Influencers y el Código de Conducta para el tratamiento de datos en la actividad publicitaria.

En cuanto a nuevas normas legales sobre publicidad aprobadas en 2020, se ha aprobado el Real Decreto sobre Publicidad de Juego, las nuevas Circulares sobre publicidad del Banco de España y la CNMV, así como el Anteproyecto de Ley General de Comunicación Audiovisual.

En 2020 Publiespaña ha solicitado 1.718 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 60 consultas legales al Gabinete Técnico (consultas deontológicas), previo a la realización de los spot publicitarios.

Para evitar contenidos que puedan ser considerados prácticas de **publicidad engañosa**, Mediaset España acude a AUTOCONTROL ante toda publicidad especialmente sensible, como por ejemplo la 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 de 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

Con el objetivo de **dirigir los anuncios publicitarios más relevantes a las audiencias o segmentos más afines**, en los últimos años Mediaset España ha venido apostando firmemente por proyectos de analítica avanzada y tecnologías de Big Data. En este sentido, hace cuatro años el Grupo viene afrontando el desafío del perfilado de los navegadores de Mediaset España en base a su comportamiento digital (contenidos, canales de navegación, dispositivos, horarios, etc), utilizando métodos estadísticos y técnicas de aprendizaje automático (machine learning). Todo ello ha permitido incrementar el volumen de los segmentos, así como mejorar el perfilado hacia el objetivo buscado, generando un nutrido portfolio de audiencias sociodemográficas, comportamentales y perfiles elaborados. De este modo, el Grupo ofrece a sus anunciantes el impacto específico en aquellas audiencias que realmente consideran su público objetivo, haciendo que las campañas sean más eficientes.

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

CONSULTAS 2020

- **Consultas 2020: 1.718**
- 1.169: No se aprecian inconvenientes al contenido del anuncio
- 496: Se recomienda introducir modificaciones en el anuncio
- 53: Se desaconseja la difusión del anuncio

PILARES DEL NUEVO MODELO DE PLANIFICACIÓN CROSSMEDIA

- Oferta homogénea de vídeo premium capaz de ofrecer la máxima notoriedad a los anunciantes y de multiplicarla por 4 y por 5 veces respecto a la que ofrece el display o el vídeo outstream
- Entorno brand safety garantizado y ampliado
- Cobertura capaz de alcanzar el 100% de la población en cualquiera de sus targets, pero de un modo eficiente, reduciendo al mínimo los impactos duplicados y optimizando al máximo la inversión.

NOTORIEDAD DE MARCA

- Tracking eficacia publicitaria CIMEC
- Estudio sobre Brandsafety con Neurologyca
- Estudio de The Cocktail, analizando cada uno de los formatos y su percepción por parte de la audiencia

VALOR DE LOS DATOS PERSONALES

Los datos de carácter personal constituyen un activo de importante valor para Mediaset España; por ello desde hace años, la compañía lleva a cabo una importante inversión en recursos técnicos para contar con capacidades de análisis y procesamiento de datos cada vez más robustas, que permiten la explotación del dato a la vez que se gestiona adecuadamente su protección.

Las nuevas formas de consumo de contenidos audiovisuales “cross-media” han impulsado la transformación digital de las operaciones y el producto publicitario convencional, haciendo necesaria la activación del “Big Data” para la creación de un producto publicitario de más valor... El negocio digital requiere de tecnologías y herramientas de “Big Data” y Minería de Datos que permitan sintetizar, identificar y agrupar patrones de comportamiento entre un gran volumen de datos.

El estudio de la calidad de los datos es un paso preliminar muy importante sobre el proceso de análisis de datos, ya que toda estrategia basada en el análisis de datos debe sustentarse en la buena calidad de éstos. Desde el área de marketing del Grupo se monetiza desde el punto de vista publicitario, el resultado del análisis del consumo de contenidos que hacen los visitantes de los Sites y Apps de Mediaset España, ya sean estos usuarios registrados o visitantes anónimos, previo consentimiento informado y explícito de éstos.

Con el objetivo de dirigir los anuncios publicitarios más relevantes a las audiencias o segmentos más afines, Mediaset España ha venido apostando en los últimos años firmemente por proyectos de analítica avanzada y tecnologías de Big Data. Todo ello ha permitido incrementar el volumen de los segmentos, así como mejorar el perfilado hacia el objetivo buscado, generando un nutrido portfolio de audiencias sociodemográficas, comportamentales y perfiles elaborados. De este modo, el Grupo ofrece a sus anunciantes el impacto específico en aquellas audiencias que realmente consideran su público objetivo, haciendo que las campañas sean más eficientes.

En 2021, los datos personales que gestiona el Grupo se convertirán en un factor diferenciador fundamental de la oferta de contenidos en televisión conectada (LovesTV, HbbTV y Mitele App en Smart TV) y no solo de sus Sites y Apps como hasta la fecha.

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

CONTENIDOS y DATOS + TECNOLOGÍA y ANÁLISIS = Uso inteligente de los datos

Para la adecuada **gestión de los datos de carácter personal**, el Grupo Mediaset tiene implantado un Modelo de Protección de Datos personales, junto con procesos y medidas específicas para garantizar la gestión óptima y responsable de la privacidad de los datos y cumplir con la normativa aplicable. La Unidad de protección de datos personales centraliza la gestión de la privacidad de los datos de todas las empresas del Grupo, reportando directamente a la alta dirección del Grupo Mediaset.

UNIDAD DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

- Delegada de protección de datos
- Asesoría jurídica
- Seguridad informática
- Auditoría interna

MARCO NORMATIVO Y GUÍAS DE ACTUACIÓN

- Reglamento General de Protección de Datos
- Ley Orgánica sobre la Protección de los Datos Personales y la Garantía de los Derechos Digitales
- Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico
- Marco de transparencia y consentimiento IAB Europe
- Guía de Cookies, de la Agencia de Protección de Datos

MARCO DE CONTROL

MARCO GENERAL PARA LA GESTIÓN DE LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS PERSONALES
POLÍTICA DE DATOS PERSONALES
PROCEDIMIENTO Y PROTOCOLOS
CÓDIGO ÉTICO

PRINCIPALES CONTROLES PARA MITIGAR RIESGOS

- **Modelo de gobierno**, funciones y organización de la privacidad
- **Registro de las actividades** de tratamientos identificados
- **Procedimiento para el Tratamiento de los Datos personales**. Privacidad por defecto y desde el diseño
- **Análisis de riesgos e impactos** de la privacidad (Política de Gestión de Riesgos)
- **Procedimientos de Control de Acceso a Aplicaciones**
- **Gestión de incidentes y su notificación** (Procedimiento de Gestión de Incidentes de Seguridad)
- Planes de formación, sensibilización y concienciación continuada
- Medidas de control técnicas y Auditorías

Nota: debido a la pandemia ocasionada por la COVID 19, durante 2020 las reuniones de trabajo se han llevado a cabo por vía telemática.

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE INCIDENCIAS EN DATOS DE CARÁCTER PERSONAL

- Registro y análisis de la incidencia
- Valoración e implantación de acciones correctivas
- Notificación al Comité de Seguridad
- Circuito de notificación de la incidencia
- Notificación a la Agencia de Protección de Datos
- Si la incidencia afectase a algún interesado, comunicación al mismo de las acciones realizadas para subsanarla

VÍAS DE RECEPCIÓN DE LAS RECLAMACIONES

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

En 2020, se ha reforzado el proceso de gestión de los derechos de los interesados, facilitando el trámite necesario y agilizando la respuesta, quedando debidamente registrado todo el proceso de gestión del derecho solicitado. Asimismo, se han reforzado los controles de acceso de algunos de los sistemas claves de la compañía y se ha actualizado la gestión del consentimiento de los usuarios en las plataformas web y aplicaciones del Grupo Mediaset, así como en la plataforma HBBtv, de acuerdo con el marco del Marco de Transparencia y Consentimiento de la industria de la publicidad europea (marco IAB TCF 2.0). También se han actualizado las Políticas de cookies y banner, de acuerdo a la actualización de la Guía de Cookies publicada por la Agencia de Protección de Datos en Julio de 2020.

En 2020 se han recibido y gestionado 702 peticiones de gestión de derechos de los interesados (acceso, rectificación, cancelación, oposición, portabilidad, supresión y limitación) relacionadas con el registro de usuarios en los canales digitales del Grupo Mediaset (plataformas webs, apps, etc.) y con la eliminación de imágenes publicadas en las páginas webs del Grupo.

+ **CAMPAÑAS** de concienciación sobre el tratamiento de datos personales e información sensible.

CIBERSEGURIDAD

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

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

La ciberseguridad es un factor extremadamente relevante para obtener y mantener la confianza de los usuarios y clientes, así como la sostenibilidad del negocio y es una función compartida y de creciente complejidad, por lo que el riesgo de gestión aumenta sensible y crecientemente. Por ello, la División de Tecnologías, desde su área de Seguridad Informática, coordina y supervisa la actividad de los equipos de las distintas disciplinas involucradas en la seguridad de la gestión y operaciones de todos los ámbitos del negocio del Grupo.

El comité de gestión de la seguridad informática tiene, entre otras funciones, la de revisar y mantener actualizada la Política de Seguridad, proponer y llevar a cabo los planes aprobados en materia de seguridad, así como verificar las medidas de seguridad técnicas establecidas.

MARCO NORMATIVO Y GUÍAS DE ACTUACIÓN

- ISO 27001 (no certificado)
- ISO 27002 (no certificado)
- Esquema Nacional de Seguridad

COMITÉ DE GESTIÓN DE LA SEGURIDAD INFORMÁTICA

- División de Tecnologías
- Responsable de Seguridad Informática

- Representante de Asesoría Jurídica
- Responsable del fichero
- Dirección de Auditoría Interna

- Delegado de Protección de Datos
- Responsable de Seguridad Física

MARCO DE CONTROL

POLÍTICA DE SEGURIDAD
PROTOCOLOS Y MANUALES TÉCNICOS
PLAN DE SEGURIDAD

Principales controles y medidas de mitigación de riesgos

- **Alta disponibilidad y redundancia** para los servicios y sistemas de información considerados críticos
- **Auditorías de seguridad** específicas de los distintos entornos, redes y sistemas corporativos, expuestos o no a internet.
- **Auditorías de vulnerabilidad** de los sistemas y aplicativos (periódicas y también ante puesta en producción de nuevos servicios)
- **Procedimiento de Control de Acceso** a aplicaciones, servicios e informes corporativos
- **Procedimiento de Gestión de Dominios de Internet**
- **Procedimiento de Gestión de Aplicativos**
- **Procedimiento de gestión de incidencias de seguridad**
- **Inversión en seguridad, planificada y eficaz.**
- **Formación continua** de los operadores de sistemas y el personal involucrado en la gestión y gerencia de Seguridad
- **Formación de los usuarios** de los aplicativos y sistemas de la compañía

PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE INCIDENCIAS DE SEGURIDAD INFORMÁTICA

- Detección de la incidencia
- Valoración de la misma por el Responsable de Seguridad
- Acciones mitigantes
- En caso de incidente con afectación a datos:
Convocatoria al Comité de Seguridad
Información al Delegado de Protección de Datos

En 2020 se llevó a cabo una revisión exhaustiva de los principales procesos del negocio a nivel técnico, de cara actualizar los servicios y sistemas de información considerados críticos y elaboración de nuevos planes de pruebas de contingencia. También se realizaron pruebas para verificar el grado de exposición del staff a las campañas de difusión de malware a través de campañas de phishing, con una incidencia de riesgo entre correos de phishing enviados, abierto y linkados con interacción inferior al 2,6%.

Mediaset España ha participado como cadena comercial invitada, en reunión anual del grupo de trabajo de Ciberseguridad de la UER con el objetivo de compartir experiencia y proyectos entre los Responsables de Ciberseguridad de las empresas de servicio público (PSM) y los de las empresas comerciales. A su vez, ha colaborado con ISMS Forum en el grupo de trabajo formado por responsables de seguridad de la información y continuidad de negocio, en la redacción del "Protocolo de actuación frente a incidente en proveedor", que pretende ser base de actuación ante este tipo de situación y que las empresas utilicen como marco de actuación o consulta.

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

Se dispone de planes de continuidad de negocio (PCN) que garantizan la disponibilidad inmediata del personal, sistemas y arquitecturas clave necesarias para la continuidad de las diferentes vertientes de la actividad de la empresa. De este modo, el PCN de Emisiones como faceta principal de la Compañía, cuenta con sistemas redundados en la totalidad de la línea de producción televisiva, así como la disponibilidad permanente de un centro Emisor alternativo. El entorno Multiplataforma, que comprende la redacción y sistemas de los sites de Internet y de aplicaciones móviles, así como toda la infraestructura involucrada en el servicio OTT de suscripción, dispone también de un PCN. Estos planes son revisados y actualizados periódicamente.

RESPONSABLE DE SEGURIDAD INFORMÁTICA

DIRECTOR DE SEGURIDAD INFORMÁTICA HOMOLOGADO POR EL MINISTERIO DEL INTERIOR CERTIFIED DATA PRIVACY PROFESSIONAL (ISMS FORUM SPAIN)

SESIONES FORMATIVAS

Campaña de Formación en Ciberseguridad y normativa interna de Seguridad y Privacidad	256 participantes
Acción de concienciación y medición de exposición del staff ante campañas de Phishing.	1.024 horas impartidas
Máster en ciberseguridad y privacidad	180 hrs 1 persona

VALOR DEL EQUIPO HUMANO

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.

Las personas que trabajan en las empresas del Grupo Mediaset España son uno de los capitales fundamentales para la consecución de los objetivos estratégicos y, por tanto, el éxito empresarial del Grupo. Ellas poseen un elevado conocimiento del sector, un fuerte compromiso hacia el proyecto empresarial del Grupo y una gran capacidad adaptativa. Por ello, su gestión responsable es tan importante para la sostenibilidad del negocio.

La transformación digital de los negocios, la diversidad y deslocalización de los equipos de trabajo, junto con el aseguramiento de su seguridad y salud, han sido los focos que han concentrado los esfuerzos del Grupo durante 2020, así como la adecuación a los cambios legislativos acontecidos.

Con la pandemia, los medios de comunicación han sido considerados como actividad esencial, y cada minuto de emisión en todas las plataformas de Mediaset España han estado avalados por la profesionalidad, entereza y responsabilidad que la situación exigía con los ciudadanos, por parte de todo el equipo humano del Grupo.

Desde que en el mes de marzo irrumpiese la Covid 19, el principal objetivo de Mediaset España ha sido velar en todo momento por la salud y bienestar de todos sus trabajadores. Para ello, en los últimos meses se han implementado numerosas medidas de prevención y seguridad.

A raíz del plan de actuación desarrollado por el Grupo, Mediaset España ha sido certificada en Protocolos de actuación frente a la COVID-19 por AENOR. Dicho certificado es de gran importancia para la compañía, ya que avala la adecuación de las medidas adoptadas.

MARCO DE CONTROL

CÓDIGO ÉTICO
CONVENIOS COLECTIVOS
PLANES DE IGUALDAD
ESTRATEGIA DE EMPLOYER BRANDING
PLANES DE FORMACIÓN
SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO
PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

PRINCIPALES INDICADORES

Plantilla media ⁽¹⁾	1.564
Plantilla a 31/12 ⁽²⁾	1.555
Proporción empleo femenino (media anual)	47,76%
Edad promedio de plantilla ⁽³⁾	45,21
Proporción de trabajadores con contrato indefinido ⁽⁴⁾	94,73%
Antigüedad media de la plantilla	15,44 años
Tasa de contratación	2,66
Becarios ⁽⁵⁾	190
Alumnos en prácticas ⁽⁶⁾	34

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual 2020. No incluye a trabajadores contratados por ETT, becarios y alumnos en prácticas.

(2) Corresponde a la suma del personal de estructura y coyuntural, a 31 de diciembre de 2020.

(3) Calculada a 31 de diciembre de 2020.

(4) Corresponde al personal de estructura con contrato indefinido. Datos calculados a 31 de diciembre de 2020.

(5) Dato total anual.

(6) Dato total anual.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA

Madrid	1.485	95,5%
Barcelona	19	1,2%
Bilbao	4	0,3%
Sevilla	47	3,0%
Total España	1.555	100%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO

	Hombres	Mujeres
Directivo	79	41
Jefe Dpto.	48	51
Periodistas	152	144
Empleados	515	509
Operarios	16	-
Total	810	745

	2018	2019	2020
Directivas	33%	34,8%	34,2%

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDAD

	Hombres	Mujeres	Total
<30	73	37	110
30-50	431	475	906
>50	306	233	539
TOTAL	810	745	1.555

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR TIPO DE CONTRATO

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total	Porcentaje
Indefinido	761	712	1.473	94,73%
Temporal	49	33	82	5,27%

Alcance: Grupo Mediaset. Datos a 31 de diciembre de 2020. La información comparativa con años anteriores se encuentra disponible en el apartado "Información Complementaria" de este documento.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA A TIEMPO PARCIAL

	Hombres	Mujeres
Directivos	0	3
Jefe dpto	0	6
Periodistas	5	32
Empleados	19	89
Operarios	2	0
TOTAL	26	130

PLANTILLA CON REDUCCIÓN DE JORNADA

	2018	2019	2020
Hombres	144	138	130
Mujeres	16	11	26

PERMISOS PARENTALES

	Hombres	Mujeres	Total
Empleados que hicieron uso del derecho al permiso parental	12	17	29
Empleados que regresaron al trabajo en 2020, tras su permiso parental	9	13	22
Tasa de regreso al trabajo y retención de empleados que se acogieron al permiso parental	75,0%	76,5%	75,9%
Empleados que regresaron al trabajo tras su permiso parental y mantuvieron su empleo en los 12 meses siguientes a su reincorporación	23	21	44
Tasa de retención de empleados que se acogieron al permiso parental	92,0%	95,5%	93,6%

COLABORADORES EXTERNOS ⁽¹⁾

	Hombres	Mujeres	Total
Becarios	76	114	190
Estudiantes en prácticas	26	8	34
Trabajadores por ETT	89	78	167

(1) Dato acumulado de personas físicas a lo largo del ejercicio.

GESTIÓN DE LAS RELACIONES LABORALES

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. Éstos 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 y cada convenio define su propio ámbito de aplicación, previendo la exclusión de determinados colectivos que por su singularidad tienen su propia regulación.

Tanto el ejercicio de la **libertad de asociación** como el de la **libertad sindical** son derechos fundamentales que han sido siempre reconocidos y respetados por la compañía y así se refleja en la representación unitaria y sindical con la que cuentan las plantillas, ejercida a través de los Comités de Empresa y en su caso, las Secciones Sindicales.

Con el objetivo de facilitar un acompañamiento en el final de la carrera laboral, se cuenta con una **Comisión de Prejubilación** para analizar y aplicar medidas orientadas a articular un sistema de pre-jubilaciones de carácter voluntario, si bien dicha Comisión ha visto suspendidas sus tareas durante 2020 debido a la situación de la pandemia generada por la COVID-19.

CONVENIOS COLECTIVOS DE TRABAJADORES FIJOS Y TEMPORALES ⁽¹⁾

MEDIASET ESPAÑA

XII Convenio Colectivo.

Vigencia 2018-2021

92% plantilla cubierta

PUBLIESPAÑA

Convenio Colectivo del Sector Publicidad.

Vigencia 2016 (En vigor, prórroga de año en año, si no media denuncia por cualquiera de las partes)

100% plantilla cubierta

CONECTA 5

Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid.

Vigencia 2019-2021

56% plantilla cubierta

MEDITERRÁNEO

Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid, si bien los trabajadores tienen reconocidas las mejoras establecidas por el Convenio Colectivo de Mediaset España vigente.

Vigencia 2019-2021

72% plantilla cubierta

TELECINCO CINEMA

Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid, si bien los trabajadores tienen reconocidas las mejoras establecidas por el Convenio Colectivo de Mediaset España vigente.

Vigencia 2019-2021

50% plantilla cubierta

MEGAMEDIA

Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid.

Vigencia 2019-2021

98% plantilla cubierta

SUPERSPORT

Convenio Colectivo de Productoras Audiovisuales

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

100% plantilla cubierta

EL DESMARQUE

Convenio Colectivo el de la Prensa Diaria.

Vigencia hasta 2021

100% plantilla cubierta

BE A LION

Convenio Colectivo del Sector Publicidad.

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

100% plantilla cubierta

(1) Alcance: Grupo Mediaset España. Datos a 31 de diciembre de 2020.

(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 se encuentran reguladas por la legislación propia de éstos, cumplida de manera estricta por el Grupo Netsonic.

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.

La información sobre la aplicación de los Convenios fundamentales de la OIT en el Grupo Mediaset España puede encontrarla aquí

https://files.mediaset.es/file/10002/2021/02/15/Convenios__OIT_1302.pdf

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, NO DISCRIMINACIÓN Y TOLERANCIA CERO ANTE EL ACOSO LABORAL

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

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. Los Convenios Colectivos establecen el marco para garantizar un trato igualitario en las retribuciones de todos los trabajadores atendiendo a la categoría laboral, ya que recogen oficialmente las tablas salariales aplicables para cada una de las categorías profesionales y desarrollan el régimen retributivo aplicable, indicando los complementos salariales y sus condiciones. Excepcionalmente, algunos trabajadores tienen asignado un complemento denominado ad-personam que obedece a determinadas circunstancias personales o relativas a la situación de confianza del puesto que ocupan. De este modo, existe una asignación del salario base igualitaria entre hombres y mujeres y los complementos salariales y sus condiciones convencionales a la categoría correspondiente, independientemente del género. Anualmente, se elabora un informe de seguimiento de las retribuciones distinguiendo por género, que se aporta a la Comisión de Igualdad, no habiéndose detectado en los diagnósticos, situaciones que pudieran considerarse discriminatorias o constitutivas de una desigualdad retributiva en el ámbito laboral por razón de sexo.

A su vez, las Comisiones de Igualdad de las distintas empresas del grupo tienen el objetivo de velar por el cumplimiento en materia de igualdad, en todos los procesos de Recursos Humanos.

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

Para garantizar la igualdad de oportunidades de liderazgo dentro del Grupo y contrarrestar el denominado “techo de cristal”, desde 2014 se lleva a cabo un **programa de desarrollo directivo dirigido exclusivamente a mujeres** con potencial que ostentan cargos de responsabilidad en la compañía. Desde su lanzamiento han participado en dicho programa un total de 49 trabajadoras de diferentes sociedades del Grupo, siendo 2020 un año en el que dicha formación ha debido ser interrumpida, como consecuencia de la pandemia generada por la Covid-19 y que está previsto sea reanudado en 2021 en modalidad semipresencial. A raíz de las promociones internas llevadas a cabo en 2020, se dio cobertura a un puesto directivo y fue ocupado por una mujer.

Hasta la fecha no ha sido necesario implementar prácticas de reclutamiento y retención de talento con enfoque de género, ya que se ha mantenido la equidad de género de manera natural en estos ámbitos.

Mediaset España declara una política de tolerancia cero respecto de cualquier comportamiento abusivo, humillante, ofensivo o que pueda ser calificado como acoso, tanto físico como psicológico, especialmente aquellos basados en motivos de raza, color, sexo, religión, origen étnico, nacionalidad, edad, situación personal y familiar, orientación sexual, discapacidad, estado físico o cualquier otro comportamiento prohibido por la Ley.

En 2020 no se han reportado casos de discriminación en el entorno laboral; sin embargo, se ha producido una denuncia de acoso por mobbing en el entorno laboral, la que se encuentra actualmente bajo el análisis interno correspondiente.

PLANES DE IGUALDAD

MEDIASET ESPAÑA. VI PLAN DE IGUALDAD. Vigencia 2018-2021

PUBLIESPAÑA. IX PLAN DE IGUALDAD. Vigencia 2020 y hasta firma de nuevo Plan

MEDIASET ESPAÑA. VII PLAN DE IGUALDAD. Vigencia 2018-2021

TOLERANCIA CERO AL ACOSO LABORAL

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

Canales a disposición de los trabajadores para denunciar casos de acoso

- Servicio Médico
- Dirección de Relaciones Laborales
- Buzón Ético

BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIDAS DE CONCILIACIÓN 2020

Con el objetivo de facilitar la igualdad de género, mejorar la calidad de vida de los trabajadores, impulsar la salud y el bienestar de la plantilla y su entorno, a la vez que proporcionar una oferta de valor que resulte atractiva para mantener la fidelización de la plantilla, Mediaset España asume voluntariamente el compromiso de ofrecer a su plantilla una batería de beneficios sociales y medidas de conciliación. 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. Todas las medidas se encuentran disponibles para toda la plantilla en la intranet corporativa. Durante 2020 los empleados han disfrutado de los siguientes beneficios sociales y medidas de conciliación

Seguro de invalidez y fallecimiento
Complemento incapacidad temporal

Toda la plantilla del Grupo.
499 personas.

Complemento maternidad	8 personas.
Complemento paternidad	6 personas.
Semana adicional de permiso maternal	21 personas.
Lactancia acumulada	25 personas.
Flexibilidad horaria diaria (Mediaset España)	699 personas.
Anticipos especiales	9 personas.
Club del empleado/a	Toda la plantilla del Grupo.
Reserva aparcamiento embarazadas	5 personas.
Excedencias por cuidado de hijo o familiares	10 personas.
Reducciones por guarda legal vigentes	127 personas.
Otras reducciones de jornada vigentes	17 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

268 personas se han beneficiado de un seguro médico personal abonado por la empresa.

Se han abonado además **323** seguros médicos para cónyuge e hijos (hasta 25 años).

Gratificación excepcional

223 empleados de Mediaset España se beneficiaron de la gratificación excepcional. Adicionalmente, Todos los empleados recibieron una tarjeta regalo por importe de 500€ con motivo del 30 aniversario.

Servicio de ruta

Aplicable a toda la plantilla del Grupo (Madrid).

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

68.624 menús servidos a personal del Grupo.

2.622 cheques gourmet entregados en las delegaciones.

Subvención gimnasio (colectivos necesarios)

6 personas.

Cesta de navidad

1.730 cestas entregadas.

Reparto de juguetes (Navidad)

Se repartieron **1.098** tarjetas regalos como sustituto de los juguetes de navidad

Para más información sobre los Beneficios sociales y medidas de conciliación disponibles, pinche aquí

https://files.mediaset.es/file/10002/2021/02/15/Beneficios_sociales_y_conciliacion_6ab7.pdf

GESTIÓN DEL TALENTO

La gestión del talento, aspecto fundamental para el éxito del negocio, se apoya en tres aspectos fundamentales: desarrollar las estrategias adecuadas para **atraer** a las personas que posean las aptitudes necesarias para desempeñar con éxito las actividades del negocio; **actualizar** de forma continua las competencias requeridas en los distintos puestos como consecuencia de la evolución del mercado y ofrecer una propuesta de valor que permita **retener** el talento y garantizar su compromiso con los valores de la compañía. En este sentido, la propuesta de valor del Grupo se centra en atender las necesidades del negocio y del equipo humano a través de políticas laborales flexibles, programas de formación, medidas de conciliación y beneficios sociales e iniciativas que aporten valor y desarrollo al empleado, garanticen su salud y seguridad y contribuyan a mantener un clima laboral estable y positivo para la plantilla y el negocio.

La **formación** de la plantilla es fundamental para lograr el máximo desarrollo de las capacidades y del talento requerido para mantener el liderazgo que caracteriza al Grupo. 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.

El Plan de Formación de 2020 ha tenido como objetivo cubrir las necesidades de desarrollo competencial, técnica, y de prevención de riesgos en el puesto, necesarios para el correcto desempeño en el puesto de trabajo y con el anhelo de producir una transformación digital en todas las áreas del Grupo. Por otro lado, se ha debido adecuar la formación y sus metodologías a las peculiaridades del año, para sean formaciones seguras y de calidad.

Las áreas de formación más relevantes del año han sido las relacionadas con la transformación digital y las acciones dirigidas al *compliance* en materia de ciberseguridad y Prevención de Riesgos Laborales, habiéndose postpuesto las acciones formativas dirigidas a otras cuestiones. En este sentido, se han emprendido grandes proyectos formativos y de desarrollo en algunas áreas de la compañía para lograr una transformación digital de las personas que colaboran actualmente en la creación y edición de piezas para los diversos programas de las cadenas del Grupo. A su vez, un programa de gran impacto dirigido a toda la compañía ha sido el de Prevención, seguridad y gestión emocional ante la Covid-19, formación que ha sido pensada para dotar a la plantilla de los conocimientos necesarios para trabajar y vivir de forma segura en relación con la pandemia y hacer un acompañamiento en la gestión emocional que esta situación les pueda causar.

ATRACCIÓN DE TALENTO

- Servicio recruiter de LinkedIn
- Buzón de Candidaturas Mediaset España
- Feria de empleo virtual
- Acuerdos de colaboración con centros educativos
- Programa interno de becas y prácticas formativas

SESIONES FORMATIVAS

EMPLEADOS FORMADOS	1.424
Horas totales de formación	15.040
Inversión en becas de estudio	68.197
Inversión en formación	167.299

FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL Y GÉNERO

	2020 (Horas)		Ratio de horas de formación		Horas Totales	Ratio Hrs totales
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres		
Directivos	858	1.101	10,91	27,07	1.959	16,42
Jefe dpto.	1.301	1.172	27,10	23,21	2.473	25,11
Periodistas	499	404	3,12	2,67	903	2,90
Técnicos, empleados y operarios	4.677	4.384	8,81	8,70	9.061	8,75
Trabajadores externos (ETT)	136	508	-	-	644	-
Total	7.471	7.569	9,14	10,14	15.040	9,62

BECAS CONCEDIDAS	105
Personas beneficiadas	89

	Horas	Participantes
TIC	1.422	135
TRANSFORMACIÓN DIGITAL	2.505	523

HORAS DE FORMACIÓN IMPARTIDAS 2020

	Horas
Total	15.040
ADAPTACIÓN AL PUESTO	651
CAPACITACIÓN EN SOFTWARE/INFORMÁTICA	1.719
COMPETENCIAS DIGITALES	2.362
PRL	2.933
DESARROLLO DE HABILIDADES	3.350
FORMACIÓN ESPECÍFICA DEL PUESTO	1.884
FORMACIÓN IDIOMÁTICA	1.998
TRANSFORMACIÓN DIGITAL	143

Número de acciones	35
Horas	6.785
Asistencia	401

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	29
Horas	5.756
Asistencia	121

Nota: se consideran acciones formativas distintas, sin contemplar las que se repitan en las distintas empresas del Grupo.

Alcance: los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y al personal contratado a través de ETT.

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

Por otra parte, Mediaset España contribuye a la generación de conocimientos en el sector audiovisual a través del **Master en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales**, puesto en marcha en 2009 de forma conjunta con la Universidad Europea de Madrid; la **Cátedra Mediaset-UEM** (Universidad Europea de Madrid), creado en 2013 y ya en su XI edición; el acuerdo con la **Escuela Superior de Imagen y Sonido CES** establecido en 2019, para que los alumnos de Ciclo Formativo de Realización se formen en las áreas más críticas de la compañía y realicen prácticas en empresas del Grupo, que en el mes de septiembre ha dado comienzo a su segunda edición

A su vez, los **acuerdos de colaboración con Universidades Públicas y Privadas así como con Escuelas de Negocio**, para la realización de prácticas de sus alumnos en la compañía, promueven la adquisición de competencias técnicas y humanas por parte de los jóvenes, que les capacitan para abrirse camino en el mercado laboral, a la vez que tienden los puentes para la creación de una futura cantera de nuevos profesionales a los que la compañía puede acceder en el futuro para cubrir sus necesidades de nuevos talentos.

En 2020 han participado 20 estudiantes en la X edición del Máster en Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, edición que ha debido adecuarse a las circunstancias derivadas de la pandemia y, por tanto, a partir del mes de marzo, continuó en formato virtual. A su vez, han participado 224 alumnos de Universidad e Institutos de Formación profesional de los cuales 32 han sido contratados a través de Empresas de Trabajo Temporal.

A todo ello se suma el **"Showrunner: Aula de ficción"**, programa lanzado en octubre de 2019 y con dos años de duración en el que participan 11 alumnos, impartido conjuntamente por Mediaset España y la Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña (ESAC), donde profesionales en activo en el sector del cine y la televisión forman 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. Esto a su vez se convierte en una nueva vía de acceso por parte de Mediaset España a nuevos talentos en la creación de ficción. En 2020 y con motivo de la crisis sanitaria, el programa ha experimentado algunos cambios y adaptaciones, especialmente en aquellas sesiones de naturaleza práctica.

DESARROLLO

El Sistema de Conversaciones para el Desarrollo 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.

En Publiespaña, en 2020 ha sido convocada para participar en el sistema el 99,45% de la plantilla, es decir, 182 de los 183 empleados que había en plantilla a fecha 1 de julio.

Más de diez años después de la implantación del sistema de conversaciones para el desarrollo, es posible afirmar que está en un nivel de madurez óptimo en concienciación y ejecución entre sus participantes, integrado en el día a día, habiendo sido evaluados el 90,66% de los participantes convocados en la fase de seguimiento realizada durante los meses de junio y julio. Este sistema de conversaciones para el desarrollo se encuentra mecanizado a través del Portal del empleado, medida que ha aportado mayor agilidad en la evaluación, fiabilidad en los datos históricos y transparencia en los resultados. Las competencias evaluadas están en línea con la cultura y los valores corporativos de la compañía.

Durante el mes de Julio se llevó a cabo en Publiespaña una reunión de seguimiento y en enero de 2021 se realizará la reunión de cierre del año y el diseño del Plan de acción para el siguiente.

EMPLEADOS CONVOCADOS

PUBLIESPAÑA	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	17	11	28
Jefes de dpto.	8	9	17
Ejecutivos de cuentas	21	42	63
Técnicos	15	42	57
Secretarías y Ordenanzas	1	16	17
Total	62	120	182

MEDIASET ESPAÑA	Hombres	Mujeres	Total
Directivos	51	25	76
Jefes de dpto.	7	5	12
Periodistas	1	-	1
Técnicos	2	10	12
Secretarías y Ordenanzas	-	3	3
Total	61	43	104

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

La seguridad y salud de las personas que trabajan en las empresas del Grupo es esencial para gestionar de forma responsable la plantilla. Por ello, el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo (en adelante, SPM) elabora anualmente el **Plan de Prevención de Riesgos Laborales**, que es aprobado por el Comité de Seguridad y Salud y por la Dirección de Recursos Humanos y se entrega a los Delegados de Prevención. El mismo constituye el marco de gestión de un entorno laboral seguro y saludable y garantiza el cumplimiento de la legislación vigente y de los requisitos establecidos en la norma de calidad para prevención de riesgos laborales ISO 45.001.

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

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

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

No existe en ninguno de los centros de trabajo del Grupo Mediaset, en el momento actual, ninguna actividad catalogada como peligrosa, así como tampoco existen, dentro de las distintas actividades del negocio, actividades laborales de alta incidencia o riesgo elevado de accidente o enfermedad profesional.

Todas las personas que acuden a las instalaciones propias del Grupo 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.

El cambio fundamental relativo al desempeño de la actividad laboral en 2020 ha sido la implantación del teletrabajo como medida preferente de carácter organizativo, tendente a minimizar los riesgos de contagio entre el personal de las distintas empresas del grupo, con motivo de la pandemia generada por la Covid-19. Ello supuso que en un tiempo récord, el 66% de la plantilla pasó a trabajar desde su lugar de residencia.

La calidad de los Servicios de Salud Ocupacional se mide anualmente mediante auditorías de calidad. En 2020, Mediaset España llevó a cabo la correspondiente auditoría para mantener la certificación ISO 45.001 correspondiente a su centro de trabajo de Fuencarral, donde desarrolla su actividad el 94% de la plantilla total del Grupo. Asimismo, la alta dirección de la compañía recibe un informe anual de todo lo relacionado con la prevención y en paralelo, cuenta con información trimestral de los resultados obtenidos en materia preventiva, a través de una aplicación específica en la intranet.

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)

ACTUACIONES DEL SERVICIO DE PREVENCIÓN MANCOMUNADO SI DETECTA ALGÚN RIESGO RELACIONADO CON EL TRABAJO EN SUS EVALUACIONES

- Se forma a los trabajadores en aquellas tareas que así lo requieran por su riesgo o en aplicación de las medidas legales existentes
- Se adoptan las medidas necesarias para evitarlo o minimizar su frecuencia o consecuencias
- Se informa al personal de los riesgos existentes y de las medidas preventivas adoptadas en cada caso
- Se protege a los trabajadores con equipos adecuados si fuera el caso
- Todas las personas que se desplazan a zonas en conflicto se les proporciona una formación periódica adecuada y se les suministran los EPIs necesarios para efectuar su labor en esas zonas.

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.

CAMPAÑAS DE SALUD Y SEGURIDAD PROMOVIDAS EN 2020

VACUNACIÓN CONTRA LA GRIPE

200 personas

DONACIÓN DE SANGRE

En colaboración con el Centro de Donación de la Cruz Roja Española.

40 DONACIONES con las que se ha ayudado a 120 enfermos

PREVENCIÓN Y GESTIÓN EMOCIONAL ANTE COVID-19

- Desarrollo e implantación de Protocolos para el acceso (medición, temperatura corporal, realización de test) y Guías para la grabación segura en las instalaciones de Mediaset
- Publicación actualizada en la intranet, de información sobre riesgos y medidas para hacer frente a la Covid-19
- Adaptación de puestos de trabajo al riesgo Covid (instalación de barreras físicas, modificación o reducción de tareas, distanciamiento)
- Autoevaluación de los puestos del personal que teletrabaja
- Curso online de gestión emocional y prevención ante la Covid
- Realización de pruebas rápidas de detección de anticuerpos cada 20 días obligatorias para toda la plantilla y personal de ETT que acceden a las instalaciones
- Señalización con advertencia de la distancia de seguridad, el uso de mascarilla, medidas preventivas, etc.
- Señalización de aforos en salas y controles
- Distribución de mascarillas, gel desinfectante y productos de limpieza para equipos y espacios
- Desinfección de espacios críticos mediante generadores de aerosol seco
- Dotación de equipamiento para la realización de la actividad laboral a distancia.

SINIESTRALIDAD LABORAL

ACCIDENTE LABORAL CON BAJA (ALCB)

Hombres	Mujeres
1	3
4	
2018	2019
3	7

ACCIDENTE LABORAL IN ITINERE (ALII)

Hombres	Mujeres
2	1
3	
2018	2019
8	12

ENFERMEDAD COMÚN (EC)

Hombres	Mujeres
117	125
242	
2018	2019
265	395

ACCIDENTE NO LABORAL (ANL)

Hombres	Mujeres
0	0
0	
2018	2019
9	6

TOTAL DÍAS PERDIDOS (1)

Hombres	Mujeres
8.093	8.712
16.805	
2018	2019
14.770	19.152

TOTAL DÍAS PERDIDOS EXCLUYENDO BAJA POR MATERNIDAD / PATERNIDAD

Hombres	Mujeres
7.337	6.535
13.872	
2018	2019
11.790	15.658

Alcance: Grupo Mediaset España salvo El Desmarque

(1) Incluye datos correspondientes a ALCB, ALII, EC, ANL y también bajas por maternidad/paternidad y COVID-19 (se han contabilizado un total de 276 bajas por COVID-19)

Nota: En 2020 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 42 bajas por COVID-19. La tasa de lesiones registrables en este colectivo ha sido de un 134,84. Debe tenerse en cuenta que esta cifra contempla las bajas producidas por COVID, sin que haya habido otro tipo de accidente laboral durante el ejercicio.

ÍNDICE DE ACCIDENTABILIDAD

	2018	2019	2020
Índice de frecuencia	1,49	2,92	1,63
Índice de incidencia	2,40	4,67	2,64
Índice de gravedad	0,05	0,11	0,002
Tasa de incidencia de enfermedades profesionales (TIEP)	0	0	0
Tasa de lesiones registrables		7,92	2,86

Alcance: Grupo Mediaset España salvo El Desmarque

I. Frecuencia= nº ALCB x 1.000.000 / Horas trabajadas en el año por la plantilla media.

II. Incidencia = nº ALCB x 1.000 / plantilla media.

III. 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.

SINIESTRALIDAD LABORAL POR GÉNERO

I. frecuencia

Hombres	Mujeres
0,79	2,52

I. gravedad

Hombres	Mujeres
0,001	0,002

I. incidencia

Hombres	Mujeres
1,29	4,05

Pese a tener implantado un completo sistema de prevención de riesgos laborales, en 2020 se han producido cuatro accidentes laborales con baja (ALCB) y siete sin baja (ALSB); dos de ellos en los estudios durante la grabación de los programas. En consecuencia, se ha reforzado la señalización del desnivel existente en el escenario. Por otra parte, se han investigado dos accidentes de personal externo (proveedor de servicios de restauración) ocurridos en la cocina debido a caídas por suelo resbaladizo, por lo que se realizó un tratamiento para aumentar la rugosidad del suelo en la zona, que permita evitar los resbalones.

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

FORMACIÓN IMPARTIDA, NÚMERO DE PARTICIPANTES Y HORAS DEL CURSO PRL

Formación	Participantes	Horas
Lucha contra incendios	7	49
Manejo manual de cargas	82	164
Sustentación de cargas	12	48
Prevención, seguridad y gestión emocional ante la COVID-19	1.305	2.610
Seguridad y emergencias	62	62

EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO

MEDIASET ESPAÑA

Oferta multicanal líder

Audiencia total	28,4%
Audiencia horario estelar	27,2%
Audiencia day time	29%

EL NEGOCIO AUDIOVISUAL

Los espectadores han ratificado en 2020 su predilección por los soportes lineales y digitales de Mediaset España. En un año extraordinario marcado por la pandemia mundial de la Covid-19, el confinamiento domiciliario, la crisis económica y sanitaria y la implantación de una nueva normalidad que ha elevado el consumo de contenidos audiovisuales a cifras de otras épocas, la compañía ha vuelto a situarse como líder de audiencia en todas las formas de distribución de sus contenidos en abierto.

Telecinco ha sido la televisión líder de audiencia en España desde hace una década y el canal comercial más visto por vigesimoprimer año consecutivo, mientras que Mitele se ha erigido como la plataforma de contenidos de televisión líder en consumo digital. Dos hitos que han elevado todos los géneros de la amplia oferta de contenidos de la compañía a referencia indiscutible.

Junto a la emisión lineal, digital y a la carta, Mediaset España cuenta además con Mitele PLUS, una plataforma de suscripción para disfrutar sin interrupciones de toda la oferta de Mitele, a la 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 Mediaset España Group sociedad que agrupa su red de productoras participadas especializadas en entretenimiento y ficción, deportes y formatos multimedia digitales, y su productora cinematográfica Telecinco Cinema, con cuyas películas, series y formatos está actualmente presente en cerca de 200 territorios de todo el mundo.

TELEVISIÓN LINEAL

MEDIASET ESPAÑA, 10 AÑOS LÍDER EN AUDIENCIA LINEAL

Con un 28,4%, Mediaset España ha sido el grupo de televisión líder en total día por décimo año consecutivo, a 2,1 puntos del segundo grupo audiovisual. 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 con un 27,2% y un 29% en el *day time*.

Su oferta segmentada y complementaria en todo tipo de públicos le ha permitido un año más erigirse como referencia del *target* comercial del total día con un 29,6%, del *prime time* con un 28,3% y del *day time* con un 30,2%, confirmándose como el grupo de televisión preferido por los jóvenes de 13 a 24 con un 32,6% y de 25 a 34 con un 31,7%.

TELECINCO, 21 AÑOS COMO REFERENTE DE LA TELEVISION COMERCIAL EN ESPAÑA

Audiencia total	14,6%
Audiencia horario estelar	13,8%
Audiencia day time	14,9%

El canal principal de Mediaset España celebraba el 3 de marzo de 2020 su trigésimo aniversario, en los prolegómenos del inicio de la pandemia, afianzado como el canal preferido de la audiencia española. Y así se ha mantenido, ya que los espectadores han buscado Telecinco para informarse y entretenerse en este año tan complejo con una extraordinaria constancia. De los 366 días disputados, ha liderado 334, un hito histórico en sus 30 años de emisiones, con la victoria de todos los meses sin excepción. Con un 14,6%, ha anotado su 21ª victoria consecutiva entre las televisiones comerciales a 2,8 puntos de Antena 3, la segunda ventaja más abultada entre ambas cadenas en 10 años.

Telecinco ha ganado igualmente el *target* comercial con un 14,3%, su mejor dato en 5 años, a 3 puntos de Antena 3. También ha liderado entre los jóvenes de 13 a 24 años con un 12,8% y los de 25 a 34 con un 14,1%.

La fidelidad de los espectadores se ha manifestado desde la mañana hasta la noche: *prime time* (13,8%) a 1 punto de Antena 3; *day time* (14,9%) a 3,5 puntos; en la mañana (14,8%) se ha impuesto por más de 4 puntos; la tarde (16,7%) por 3,5 puntos; y *late night* (15,5%) por 5,5 puntos de distancia.

Informativos Telecinco, el mayor seguimiento en 14 años

Ha sido intensa la labor llevada a cabo por toda la redacción de Informativos Telecinco, volcada en las necesidades informativas de la ciudadanía con un periodismo objetivo, al margen de opiniones y posicionamientos. El esfuerzo realizado se ha traducido en el mejor registro de espectadores desde 2006 en la media de sus ediciones de lunes a domingo (15,2% y 2,1M), con las ediciones de *prime time* (15% y 2.245.000) líderes de su franja con el mejor dato en los últimos cuatro años y las de sobremesa (15,5% y 2M) con el mejor registro desde 2006.

De lunes a viernes, la media de la sobremesa y la tarde (15,5% y 2,2M) registra récord de espectadores de los últimos 19 años. La edición de Pedro Piqueras ha anotado un 15,5% y 2,3M, mientras que la de sobremesa (15,5% y 2M) ha alcanzado su récord desde 2006.

Durante el fin de semana, la media de sus ediciones (14,6% y 2M) han sido la primera opción frente a sus rivales con el mejor registro desde 2004 y con la edición de *prime time* como líder absoluta con un 13,9% y 2M.

El Estado de Alarma y el confinamiento domiciliario entre los meses de marzo y junio suscitó gran interés en cada una de las múltiples comparecencias del presidente Pedro Sánchez, con Telecinco como la cadena que más veces fue elegida por los espectadores para informarse, con datos que en ocasiones superaron los 3M de seguidores.

El valor del entretenimiento y los contenidos transversales

En un año en el que los españoles han necesitado más que nunca vías de evasión y entretenimiento para sobrellevar el confinamiento y las preocupaciones derivadas de la pandemia, Telecinco ha hecho gala de su cercanía con su audiencia y su capacidad para hacer compañía a los espectadores y se ha convertido nuevamente en referente de entretenimiento en 2020 en el *prime time*, gracias a su exitosa y variada oferta de producción propia en directo y a sus productos de ficción.

Líder indiscutible a la hora de producir *reality shows*, Telecinco ha comenzado el año estrenado **'La isla de las Tentaciones'**, un contenido novedoso y diferente dentro del género que ha sorprendido a la audiencia y se ha convertido en un hito televisivo, traspasando la pantalla y protagonizando un fenómeno social que ha concluido con un rotundo 21,6% de *share* y 2,7M espectadores. El programa ha constatado además la fidelidad del público joven a la televisión lineal, consiguiendo cifras cercanas al 40% de *share* en el público de 16 a 34 años. Exponente claro de la transversalidad de los contenidos de Mediaset España -el programa se ha desarrollado en Telecinco; en Cuatro, con **'El debate de las tentaciones'** (13,1% y 1,6M); y en el entorno online, donde se ha consumido también masivamente con gran éxito-, Telecinco ha estrenado este mismo año una segunda temporada, con la que también ha liderado entre sus competidores con un 22,1% de *share* y 2,9M espectadores.

A principios de año, Telecinco ha emitido también **'El tiempo del descuento'**, *reality* en el que algunos de los famosos que concursaron en la última edición de 'GH VIP' tuvieron ocasión de resolver cuentas pendientes. Aquel espacio se despidió como líder de las noches dominicales con un 18% y 2,2M y fue la antesala del estreno de **'Supervivientes 2020'**, que gracias al enorme esfuerzo técnico y humano de su equipo de producción ha concluido en junio, pese a desarrollarse en el periodo más duro de la pandemia, como el espacio de entretenimiento más visto del año con 28,9% y casi 3,5M.

El concurso de supervivencia ha obtenido un rotundo éxito además con **'Supervivientes: Conexión Honduras'**, que ha batido su récord histórico con un 20,1% y casi 3M; y con **'Supervivientes: Tierra de Nadie'**, emitido en Cuatro y también líder en sus noches de emisión con un 21,8% de *share* y 2,7M.

Los programas de Telecinco han sido, además, los de mayor seguimiento por parte de los jóvenes, con un seguimiento cercano al 40% en formatos como **'La isla de las tentaciones'** y **'Supervivientes'**, y el *target* comercial, donde ambos formatos se acercan hasta casi un 28% de *share*, seguido de **'Cantora: la herencia envenenada'**, con un 25,3%.

Telecinco ha ofrecido un variado *mix* de géneros en los que también ha destacado con apuestas como **'La casa fuerte'** (19,8% y 1,8M), **'El tiempo del descuento'** (18% y 2,2M), **'La última cena'** (16,3% y casi 2M) y **'Ven a cenar conmigo: gourmet edition'** (12% y 1,6M). En el ámbito de los *talent shows*, **'Got Talent, lo mejor del mundo'** ha reunido un 11,7% y 1,3M, mientras que **'Idol Kids'** es el *talent* infantil más visto desde las ediciones de **'La Voz Kids'** emitidas en Telecinco con casi 2M y un 16,6%.

Han completado la oferta **'Sábado Deluxe'**, que con casi 2M y un 16,8% ha obtenido el mejor resultado de espectadores de los últimos 4 años; **'Mi casa es la tuya'** (12,6% y 1,7M), **'Volverte a ver'** (11,5% y 1,4M) e **'Informe COVID'** (12,2% y 2M).

Por lo que respecta a la oferta de ficción, y pese a la dificultad de producir nuevos títulos debido a las restricciones derivadas de la pandemia, Telecinco ha ofrecido el **'El Pueblo'** (16,3% y 2,2M), convertida en la comedia más vista del año, así como la película más vista del año, **'Cincuenta sombras más oscuras'** (20,1% y 3,3M). En este género, cabe destacar también los resultados obtenidos por **'Vivir sin permiso'** (15% y 2M), **'La que se avecina'** (13,6% y 1,6M) o **'Madres. Amor y vida'** (12,2% y 1,2M), además del estreno en abierto del primer capítulo de **'Patria'** (10,6% y 1,5M), siendo este último el episodio de ficción con mayor audiencia en *timeshift* del año (553.000 espectadores).

Un day time conectado al público y a la actualidad

Desde la mañana hasta la noche, los programas de producción propia de Telecinco han modulado su tono y sus contenidos para atender con agilidad y eficacia la necesidad de la ciudadanía en este año, ofreciendo de forma didáctica toda la actualidad de cada jornada, y destensando a su vez la dureza de la realidad a través de una cuidada conjugación de actualidad y entretenimiento. Un ejercicio de gestión altamente exigente, adaptando dinámicas de trabajo a los protocolos sanitarios correspondientes según las recomendaciones sanitarias, con el que Telecinco ha recibido el respaldo mayoritario de los espectadores.

En la mañana, **'El Programa de Ana Rosa'** con un 18,2% ha sido el *magazine* líder a casi 6 puntos de **'Espejo Público'**, con el mejor *target* comercial de todos los programas de *day time*, un 19,5%. En sobremesa, **'Ya es mediodía'** ha batido récord con una media del 13,8% y más de 1,3M.

Por la tarde, **'Sálvame'** (2M y 17,1%) ha liderado por décimo año, imbatible en todos los *targets*, con su mejor dato de espectadores y con la mayor ventaja sobre Antena 3 de los últimos 9 años. **'Sálvame Naranja'** (18,3% y 2M) ha sido el programa más competitivo del *day time*.

En fin de semana, **'Socialité by Cazamariposas'** ha liderado con su récord anual (14,8% y 1,4M) al igual que **'Viva la vida'** (13,1% y 1,6M).

Deporte en abierto

Uno de los ámbitos más perjudicados por las consecuencias de la Covid-19 ha sido sin duda el de los grandes eventos deportivos. El deporte mundial se ha parado durante los meses más duros de la pandemia y la inmensa mayoría de las competiciones se han aplazado o incluso suspendido. Eventos de la magnitud de las Olimpiadas de Tokio, el ATP de Tenis, el Mundial de Motociclismo, la NBA americana, el Eurobasket 2021 y la UEFA Euro 2020, cuya emisión estaba prevista para este año en los canales de Mediaset España, no se han celebrado debido a las restricciones impuestas para luchar contra la enfermedad.

Aun así, la compañía se ha mantenido fiel a su compromiso de ofrecer a los espectadores el mejor deporte y, pese a las limitaciones, ha podido ofrecer diversos encuentros de la **Copa del Rey** -a falta de la final, que quedó aplazada-, de la **UEFA Nations League**, los encuentros clasificatorios de la **Selección Española Sub-21** para el campeonato europeo, partidos amistosos internacionales y dos encuentros clasificatorios de España para el **Eurobasket** que finalmente se jugará en 2022.

CUATRO

Audiencia total	5,4%
Audiencia horario estelar	5,8%
Audiencia day time	5,3%

LOS JÓVENES Y EL TARGET COMERCIAL, EL PERFIL DE CUATRO

Cuatro ha registrado en 2020 un 5,4% en total individuos, una décima más que en 2019. De nuevo, ha sido la cadena generalista que mejor convierte a *target* comercial en 2020 en *prime time* con un 5,8% en este horario estelar. Además, ha finalizado el año como el tercer canal comercial en el público de 13 a 34 años con un 6,4%.

Ha emitido propuestas innovadoras y desarrollos originales que se han sumado a su oferta de producción propia, confirmando el éxito de la programación transversal de Mediaset España. Lo avalan espacios como **'La isla de las tentaciones'**, el formato revelación del año con un 21,6% y casi 2,7M y **'Supervivientes: Tierra de Nadie'** con un 21,8% y 2,7M, los dos programas más vistos del canal.

Ha ofrecido además una amplia variedad de géneros en *prime time* con programas como **'Planeta Calleja'** (7,6%), **'Volando voy'** (7,1%), **'Mzungu- Operación Congo'** (5,5%), **'Los Gipsy Kings'** (5,4%), **'Viajeros Cuatro: España'** (6%) o **'Un doctor en mi casa'** (5,5%), entre otros.

En el *access*, **'First Dates'** ha otorgado a la cadena el mejor registro en la franja en 9 años con un 7,1% y 1,2M, creciendo hasta el 7,7% en *target* comercial. En *late night* **'Cuarto Milenio'** (7,1% y casi 1M) ha marcado su año más visto de los últimos 6.

Las apuestas de actualidad de Cuatro han logrado también el respaldo del público: **'Cuatro al día'** con un 5,4% y 579.000 espectadores; **'Cuatro al día fin de semana'**, en su edición de mediodía (6,7% y 676.000); **'Todo es mentira'** con un 5,4% y 674.000 seguidores; y **'En el punto de mira'** con un 5%.

En cuanto a la ficción extranjera, han destacado **'Mentes criminales'** con una media del 5,4% y 673.000 en su 15ª y última temporada y la miniserie **'The Hot Zone'** con un 5,6% y 583.000.

LOS TEMÁTICOS DE MEDIASET ESPAÑA, OCHO AÑOS LÍDERES

Mediaset España ha culminado 2020 con la oferta de canales temáticos más vista de la televisión en abierto, acumulando 80 meses de liderazgo consecutivo. El conjunto de los cinco canales temáticos aglutina una media del 8,4% de cuota de pantalla.

Factoría de Ficción (2,6%) es la televisión temática líder gracias a su firme apuesta por iconos de la comedia nacional, espacios de humor, emblemáticas ficciones internacionales y *blockbusters*. Es el tercer canal comercial más visto por los jóvenes de 13 a 24 años con un registro del 6,9% y un *target* comercial del 3%.

Las ficciones internacionales son el motor que mueve **Energy** y que ha cautivado al público joven y masculino hasta erigirse con un 2,3% como la tercera temática más vista y con un *target* comercial del 2,5%.

Innovador y en continua renovación: así es **Divinity**, el canal femenino de Mediaset España destinado a mujeres jóvenes. Estrenos de ficción internacional, eventos especiales de programación, *factuals* de éxito y la retransmisión de importantes citas musicales forman parte de su sólida oferta de programación. **Divinity** (1,9%) ha sido un año más la temática femenina líder en *target* comercial (2,1%) y ha registrado un 2,5% en su *core target*, mujeres de 16 a 44 años.

Be Mad, el primer canal divulgativo HD de la televisión en abierto, aún en su oferta de programación *factuals*, *docurrealities* y escogidos largometrajes de acción dirigidos a un público urbano y comercial. En su quinto año de andadura, ha cerrado con su máximo anual con un 0,7%, creciendo hasta el 0,8 y el 0,9% en *target* comercial y en hombres de 16 a 44 años.

Boing es la cadena comercial preferida por los niños desde hace casi una década. Dinámica y adaptada a los gustos de los niños de hoy en día aglutina en su programación icónicas series de animación, estrenos cinematográficos en abierto y espacios de producción propia. Se ha alzado como el canal infantil líder de la televisión comercial por octavo año consecutivo con un 11,1% en público de 4 a 12 años y del 1,1% en total individuos.

MITELE

	(Millones)
VIDEOS VISTOS MEDIASET ESPAÑA	5.221
VIDEOS VISTOS TELECINCO.ES	1.112
VIDEOS VISTOS MITELE	2.976

LA OFERTA DIGITAL

GRUPO DE TELEVISIÓN LÍDER EN CONSUMO DIGITAL

En los últimos años, Mediaset España ha sufrido una profunda transformación desde un canal de televisión español a un grupo audiovisual multiplataforma. La compañía produce entretenimiento televisivo, ficción y cine desde su inicio y ahora rentabiliza esa experiencia pensando en todas las formas de explotación posibles de los productos, tanto en los soportes propios como en otras plataformas.

El esfuerzo por los contenidos de calidad, en entornos seguros, y por ofrecer al mercado soportes especializados y segmentados, ha permitido a **Mediaset España** afianzar su hegemonía digital entre todos los medios de comunicación españoles, situándose un año más como la compañía de televisión líder con un acumulado de 5.221 millones de vídeos vistos, su récord histórico.

Mediaset España ha mejorado un 9% su consumo respecto a 2019 y ha superado por más de 1.700 millones de vídeos a Atresmedia, con 3.516 millones. Además, ha multiplicado por cuatro la cifra registrada por RTVE (1.198 millones).

Por canales, la oferta de contenidos de **Telecinco.es** se ha situado como la más vista entre las televisiones con 1.112 millones de reproducciones, un 20% más que el año anterior, triplicando ampliamente los 297 millones registrados por Antena3.com. Telecinco.es ha liderado el tráfico dentro del grupo con 10,4 millones de usuarios únicos al mes, un 20% más en 2019.

Cuatro.com ha finalizado el año con 225 millones de vídeos consumidos y ha mejorado su promedio mensual hasta los 4 millones de usuarios únicos; al igual que **Divinity.es**, que ha crecido un 22% hasta los 3 millones de media mensual.

MITELE, LA PLATAFORMA DE TELEVISIÓN LÍDER EN 2020

Mitele ha sido en 2020 la plataforma de televisión más consumida por los espectadores en España con un acumulado de **2.976 millones de vídeos vistos, un 13% más** que el año anterior. Ha superado por más de 1.000 millones de vídeos a Atresplayer, que ha anotado 1.900 millones de vídeos, según datos de Videometrix Multiplataforma de ComScore. Además, ha finalizado el año con 2,5 millones de usuarios únicos de media mensual, un 2% más que en 2019.

Junto a todo el contenido que ofrece en abierto, la plataforma ha llevado a cabo preestrenos como las series "Habitación 309" y "En todas partes, tú", la emisión exclusiva media hora antes de su inicio en el canal de televisión lineal de "El debate de las tentaciones", uno de los formatos de mayor éxito en 2020 que ha arrasado entre los jóvenes o eventos especiales para suscriptores como el meet&greet con el actor Can Yaman y el especial de Iker Jiménez para 'Cuarto Milenio' con suscriptores de Mitele como público, entre otros.

En materia deportiva, ha ofrecido tanto en directo como en VOD los contenidos deportivos emitidos en abierto, tales como diversos encuentros de la Copa del Rey, de la UEFA Nations League, los encuentros clasificatorios de la Selección Española Sub-21 para el campeonato europeo, partidos amistosos internacionales y dos encuentros clasificatorios de España para el Eurobasket previsto para 2022. Durante el confinamiento, amenizó en directo la hora del aperitivo familiar con sesiones de música *house* de Carlos Jean en 'Kids in da house'.

MITELE PLUS

MITELE PLUS, LA PLATAFORMA DE CONTENIDOS DE PAGO APUESTA POR LA PRODUCCIÓN PROPIA

Lanzada en 2019, Mediaset España ha continuado en 2020 con el desarrollo de su negocio de distribución de contenidos en la modalidad de pago a través de Mitele PLUS. La plataforma ofrece por suscripción toda la oferta de Mitele sin interrupciones y con servicios como la descarga offline de los contenidos o la posibilidad de volver al inicio de un directo, cuyos principales atractivos durante este ejercicio han sido el fútbol, el reality, la ficción y el contenido en directo. Sus usuarios cuentan con la opción de inicio de sesión hasta en cinco dispositivos a la vez, dos de ellos de forma simultánea.

Mitele PLUS ha contemplado varios paquetes. Tanto Mitele PLUS Básico como Internacional tienen una cuota que puede ser mensual o anual. Para quienes están suscritos a la segunda opción, se ofrece sin coste la entrada en Mitele Club, una plataforma en la que los usuarios pueden participar en experiencias exclusivas relacionadas con los programas y personajes de Mediaset España, acceder a ofertas y promociones especiales de todo tipo de productos y servicios, y tomar partido en los debates que se generen en la comunidad.

Mitele PLUS, que ha cerrado el año con cerca de 110.000 suscriptores, ha orientado su catálogo hacia la producción de contenidos propios, muy demandados y consumidos tanto en el entorno digital de Mediaset España como en el de otras plataformas. Así, en septiembre ha estrenado el *reality* 'Solo/Sola', disponible para los abonados a la plataforma *premium* y con la transversalidad que caracteriza a los contenidos de la compañía en todos sus soportes.

Este estreno ha supuesto el lanzamiento del primer *reality* en directo 24 horas en exclusiva para una plataforma de pago, donde los suscriptores pueden seguir la vida en directo y tomar decisiones sobre el día a día de un famoso aislado en una casa-plató. A través de la app de Mitele también tienen acceso a un calendario

con las acciones y citas diarias más importantes del participante y a través de Telecinco.es y de la app, la audiencia puede decidir distintos aspectos de su vida cotidiana, los retos a los que se enfrenta y las visitas que recibe de su círculo de influencia. 'Solo/Sola' ha sido seleccionado entre los Fresh TV Formats 2020 en MIPCOM Online+, la primera edición digital de este evento anual que reúne a los principales creadores de contenidos de entretenimiento a nivel mundial, y el Fresh TV del MIP Cancún entre los formatos más innovadores.

En deportes, ha contado con una oferta propia de la temporada 2019/2020 de la Liga de Campeones, la Europa League y las ligas de Primera y Segunda División españolas, una gran experiencia que hizo de palanca para el lanzamiento de la plataforma *premium*.

EL NACIMIENTO DE MITELE PLUS INTERNACIONAL

Mediaset España dio en 2020 un paso más en el negocio de la distribución de contenidos de pago con el lanzamiento de **Mitele PLUS Internacional**, una plataforma de suscripción disponible prácticamente en todos los países del mundo, para disfrutar sin interrupciones de toda la oferta de Mitele PLUS Básico, más algunos contenidos exclusivos adicionales. Esta nueva forma de acceso internacional incluye la oferta del canal CincoMAS destinado hasta ahora en emisión lineal al mercado hispanohablante del continente americano, y que pasó a integrarse en la nueva apuesta por la distribución digital global de Mediaset España.

El servicio ofrece todo el contenido en directo y a la carta de la plataforma, con posibilidad de descarga *offline* en aplicaciones móviles, contenidos exclusivos y la funcionalidad de *start over*, para ver desde el inicio una emisión en directo ya comenzada, con entrada a la plataforma desde redes sociales.

El catálogo de contenidos tanto en directo como a la carta varían en función de la política de geolocalización de cada territorio por los derechos de explotación y por la venta de formatos a otros operadores fuera de España por parte de Mediterráneo Mediaset España Group, en el caso de producciones propias o coproducciones, especialmente de ficción. La plataforma permite al usuario hacer la consulta del contenido disponible en su territorio, actualizándose automáticamente según se vayan incorporando nuevas propuestas a la plataforma.

Entre su oferta, destaca toda la actualidad diaria de las diferentes ediciones de Informativos Telecinco, referencia informativa a nivel nacional; los programas de producción propia de Mediaset España, líderes en actualidad y entretenimiento a lo largo del todo el *day time* y el *prime time*; un amplio catálogo de ficción nacional y extranjera; una selección de películas producidas por Telecinco Cinema que ocupan un lugar destacado entre las más vistas de la historia del cine español, así como numerosos *docusoaps*, miniseries, concursos, *talents shows* y eventos deportivos, entre otros.

MTMAD, INNOVACIÓN, REALITY VLOGS Y ROSTROS POPULARES, CLAVES DE SU CRECIMIENTO

La plataforma de contenidos de producción propia nativos digitales es el tercer portal con más vídeos vistos de todas las webs de Mediaset España, tras Mitele y Telecinco. En 2020, ha batido su récord histórico anual con 347 millones de reproducciones, un 49% más que en 2019, y ha finalizado 2020 con un promedio de 1,2 millones de usuarios al mes.

Mtmad ha seguido innovando 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*. Lo ha hecho a través de rostros del entorno de la compañía en un universo que se extiende más allá de su participación en los programas de televisión, además de nuevos talentos ajenos al ecosistema de Mediaset España. La producción sencilla de los formatos ha facilitado una comunicación muy directa y efectiva entre los protagonistas y sus fans, convirtiéndose en una de las grandes fortalezas de la plataforma.

El talento que más atracción genera se ha ido incorporando a Mtmad a través de videoblogs. A lo largo de este año, la plataforma ha aprovechado el extraordinario seguimiento en digital de espacios como 'Mujeres y hombres y viceversa' o 'La Isla de las Tentaciones' para dar a conocer la cara más real y personal de sus personajes, que cuentan con millones de seguidores en sus redes sociales. Es el caso de Violeta Magriñán, Oriana, LoveYoli, Melyssa Pinto, Lola Ortiz, Steisy, Adara, Cristófer y Fani, Rafa Mora, Susana Molina, Noel, Violeta o Estela, en cuyos *realityvlogs* muestran a su legión de fans la cotidianidad de sus vidas con espontaneidad y sinceridad.

Además, ha atraído nuevos talentos, como los influencers Jorge Cyrus, Ibán García, Lady Marrdita, Danna Ponce o Natalia Osona, entre otros. Estas incorporaciones han permitido sumar nuevas coberturas al universo digital, haciendo de su oferta como canal de contenidos 24 horas, una variada e interesante plataforma desde el punto de vista comercial.

Mtmad ha sido en este 2020 también una plataforma de la experimentación para Mediaset España y se ha puesto al servicio de los usuarios durante los meses de confinamiento con la emisión de su primer concurso en directo, 'Qarenta', de la mano de Christian Gálvez, desde las casas de los concursantes y del presentador a través de videollamada. Otro formato novedoso y de gran seguimiento ha sido 'Milenio Live', que cada viernes se emite en directo y a la carta tanto en Mtmad como en Youtube y que ha permitido a Iker Jiménez y Carmen Porter desde su estudio doméstico estrechar aún más el contacto con sus seguidores.

YASSS, CONTENIDOS NATIVOS DIGITALES PARA MILLENNIALS

Para un público aún más joven que el de Mtmad, Mediaset España ha reforzado el esfuerzo dedicado a Yasss, la web de entretenimiento e información dirigida a *millennials* y *centennials*, quienes han le han otorgado en 2020 sus registros históricos más altos, con 311.000 usuarios únicos mensuales, un 7% más.

Tres años después de su lanzamiento, Yasss se ha consolidado explicando con un tono, un lenguaje y una estética especialmente dirigida a este exigente colectivo los temas que más le interesan sobre música, series, redes sociales, tecnología, moda, medioambiente, igualdad, psicología y relaciones. Para ello, Yasss ha dado voz a gente con historias que contar y entrevistando a jóvenes con talento, pero también entreteniéndolo a sus seguidores con juegos, tests y memes, y creando comunidad a través de sus redes sociales.

EL DESMARQUE, EL NATIVO DIGITAL DEPORTIVO LÍDER

Eldesmarque.com se ha situado en 2020 como una de las plataformas de actualidad deportiva de mayor seguimiento a nivel nacional con un acumulado mensual de 4,7 millones de usuarios únicos, el mejor registro histórico desde que forma parte de Mediaset España. El *site* ha superado a otros nativos deportivos y se sitúa solo por detrás de los *sites* de las cuatro cabeceras históricas editadas en papel.

El diario apuesta por la actualidad deportiva multidisciplinar y 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 y videojuegos.

La marca ha dado además este año su salto transversal a la televisión con el estreno de 'El Desmarque de Cuatro', espacio de análisis de la actualidad deportiva con Luis García al frente.

NIUS, EL DIARIO DIGITAL GENERALISTA CELEBRA SU PRIMER ANIVERSARIO

El diario de información digital nativo gratuito de Mediaset España ha celebrado en 2020 su primer aniversario. Un año sumamente complejo desde el punto de vista informativo durante el cual toda la redacción del diario se ha empleado a fondo para abrirse un hueco y consolidarse entre la oferta informativa ya existente en la red.

Ha sido una apuesta de la compañía por la información útil, sencilla, clara, concisa, sin sesgos ni opinión, que se ha visto refrendada por una audiencia creciente que le ha llevado a alcanzar al cierre de año uno de sus mejores registros en los últimos 12 meses, con más de 3,3 millones de usuarios únicos mensuales, con los que ha ampliado su oferta comercial cualitativa, enriqueciendo los *targets* del universo digital del grupo.

Dirigido por Juan Pedro Valentín, 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*.

Este año, NIUS ha lanzado su app gratuita, disponible para IOS y Android, con toda la información de su web y múltiples funcionalidades como guardar noticias, retransmisiones en directo de ruedas de prensa, eventos y comparecencias y opción de activar un servicio de notificaciones para no perderse nada de la actualidad diaria, entre otras opciones.

UPPERS, UN AÑO DEDICADO AL OCIO Y LA INFORMACIÓN DE LOS MAYORES DE 45 AÑOS

El medio *online* de Mediaset España destinado a satisfacer la demanda de contenidos e información de mayores de 45 años ha celebrado un año de vida durante este 2020 con un volumen de usuarios superior a 600.000 mensuales, que corrobora el éxito de la apuesta por este interesante segmento de público a nivel comercial, interesado en *lifestyle*, tendencias, motor, viajes, tecnología, deporte, vida sana y gastronomía, entre otras temáticas.

Dedicado a ellos, con un tono y un planteamiento *ad hoc*, Uppers ha abordado temas exclusivos elaborados por la redacción, a través de una red de colaboradores, una estética muy cuidada y una presencia diferencial en redes sociales, con carácter y contenido genuino.

NEGOCIO PUBLICITARIO

Mediaset España, a través de la combinación de sus soportes de televisión lineal y digital, y tras fortalecer su presencia comercial en redes sociales con la adquisición de una de las empresas especializadas más importantes del mercado, ha revalidado en 2020 su posición como la más eficiente herramienta para comunicar las campañas de los anunciantes, capaz de lograr la mayor velocidad en la construcción de coberturas y garantizar los mayores niveles de notoriedad y recuerdo.

La compañía ha cohesionado su oferta comercial global con el lanzamiento de un ecosistema publicitario transversal que conecta televisión y entorno digital, ha ampliado su catálogo de formatos publicitarios con el primer spot para HbbTV y ha implementado el sello 'Valor Mediaset' con el que ayudar a las marcas en sus estrategias de comunicación social.

En un contexto marcado por la crisis sanitaria, Publiespaña ha colaborado con empresas y anunciantes en el desarrollo de iniciativas para paliar los efectos del confinamiento y potenciar la recuperación económica y ha mantenido el contacto con el sector con presentaciones presenciales y virtuales de sus novedades publicitarias, investigaciones y estudios de relevancia en torno a la eficiencia y el potencial de comunicación de la televisión, disponibles para sus clientes en la sección LAB en su página web.

MEDIASET ESPAÑA LIDERA EL RATING PUBLICITARIO DE 2020

Mediaset España ha continuado siendo la Televisión de la Notoriedad en 2020. La compañía ha liderado el *rating* publicitario de forma rotunda en el total día, el *day time* y el horario estelar y ha copado con sus contenidos el *ranking* de los spots más vistos del año, convirtiéndose con sus canales, y especialmente con Telecinco, como el soporte de mayor rentabilidad y eficacia para los anunciantes, y con su oferta digital como el medio de comunicación con mayor consumo de vídeos entre todas las televisiones.

Mediaset España no ha encontrado rival en el *rating* publicitario: el conjunto de canales generalistas y temáticos del grupo ha liderado en total día, *prime time* y un *day time*, superando a los de Atresmedia en todas las franjas. Por cadenas, Telecinco se ha erigido un año más como el canal de televisión con mayor retorno de la inversión de los anunciantes desde la mañana hasta la noche, con sus formatos de *prime time* como los contenidos que mayor *rating* publicitario han generado, haciendo del horario estelar de Telecinco la oferta con mayor rédito publicitario para cualquier campaña de publicidad.

Una victoria sólida que ha vuelto a poner de manifiesto la efectividad publicitaria del modelo de programación Mediaset España, basado en los bloques cortos de publicidad en el *prime time* y en la amplia cobertura e impacto de su variedad de formatos de producción propia y su alto porcentaje de directos, lo que permite una gran oferta de iniciativas especiales con una elevada integración y poder de prescripción. La conjugación de ambas estrategias en contenidos y publicidad le ha permitido revalidar en 2020 su posición como el medio más eficiente en la comunicación de los anunciantes, capaz de lograr la mayor velocidad en la construcción de coberturas y garantizar los mayores niveles de notoriedad y recuerdo del mercado.

Como viene ocurriendo desde hace 10 años, el grupo se ha mantenido fiel a su compromiso de ofrecer el 100% de los GRPS emitidos en el *prime time* en bloques de menos de 6 minutos. Esta política de empaginación, junto al éxito de sus contenidos, ha llevado a Mediaset España a copar de forma incontestable el *ranking* de los spots más vistos de lo que va de año, tras ofrecer nada menos que el 98% de ellos, con un 85% en Telecinco y un 8% en Cuatro.

En lo que respecta a ficción, Telecinco también ha copado con su oferta 7 de las 10 series nacionales con mayor *rating* de la televisión en abierto.

MEDIASET ESPAÑA ADQUIERE BE A LION Y FORTALECE SU PRESENCIA EN EL MERCADO DIGITAL Y DE REDES SOCIALES

Mediaset España, líder de audiencia de televisión lineal y digital, impacto social e inversión y notoriedad publicitaria, ha reforzado en este año su hegemonía audiovisual con la adquisición de BE A LION, compañía especializada en soluciones de comunicación en el entorno de las redes sociales. Con esta operación, ha incorporado a su portfolio nuevas oportunidades comerciales en el actual escenario digital para que los anunciantes mejoren sus campañas en redes sociales, amplificar sus mensajes, incrementando el alcance de sus acciones e impactando más eficazmente a su público objetivo.

Compañía de referencia para el desarrollo de acciones de *branded content* y su difusión en redes sociales, BE A LION ofrece un modelo integral de gestión del contenido audiovisual, medición exhaustiva del impacto comercial y la optimización publicitaria más eficiente del mercado. Se encarga también de la planificación y distribución de campañas en medios convencionales y digitales, siendo especialistas en plataformas de vídeo, redes sociales y la difusión orgánica vía *influencers*.

NACE REACH MEDIA, UN ECOSISTEMA PUBLICITARIO TRANSVERSAL ÚNICO QUE CONECTA TELEVISIÓN Y ENTORNO DIGITAL

Con BE A LION ya integrada en su organigrama, Mediaset España, a través de Publiespaña, ha presentado al mercado la primera gran iniciativa nacida de la unión de las fortalezas de ambas compañías. En el marco de Inspirational 2020, evento organizado por IAB Spain sobre innovación en comunicación digital, anunció el lanzamiento de Reach Media, un ecosistema publicitario transversal capaz de conectar el contenido televisivo y del entorno digital, con el objetivo de ampliar las posibilidades de comunicación, consumo, cobertura, notoriedad y prescripción para las marcas.

De este modo, la compañía ha puesto a disposición de los anunciantes un nuevo modelo de planificación *crossmedia* a través de una oferta homogénea de vídeo premium capaz de generar una notoriedad entre 4 y 5 veces mayor que la del *display* o el vídeo *outstream*, en un entorno *brand safety* garantizado y ampliado más allá de los soportes de Mediaset España y una cobertura capaz de alcanzar con eficiencia al 100% de la población, optimizando al máximo la inversión.

PRESENTACIÓN AL MERCADO DE MEDIAMAX, NUEVO 'CANAL' PUBLICITARIO PARA UNIFICAR LOS BLOQUES COMERCIALES DE FDF, DIVINITY, ENERGY Y BE MAD

Con el objetivo de seguir ofreciendo a sus clientes el catálogo comercial más completo, capaz de potenciar la flexibilidad de compra y simplificar su gestión y planificación, Mediaset España ha creado en 2020 MediaMax, soporte comercial de televisión producto de la unión en *simulcast* de los bloques publicitarios de cuatro de sus canales temáticos, Factoría de Ficción, Divinity, Energy y Be Mad, todos ellos con un perfil complementario y una conversión positiva al *target* comercial.

MediaMax se ha sumado así a la oferta comercial de Mediaset España con un modelo de 'empaginación' basado en una cuidada estructura publicitaria y una atractiva propuesta para potenciar el recuerdo de los spots, además de seguir aplicando la política de bloques cortos en *prime time*, una de las claves diferenciadoras de Mediaset España desde hace 10 años.

Además, Publiespaña ha desarrollado nuevos productos comerciales en Boing, tanto para su soporte lineal como digital, entre los que destaca 'Escaparate Boing', una ventana de comunicación en el entorno *online* para desarrollar concursos y juegos como herramientas de promoción; y el producto exclusivo 'Se lo merecen', basado en la idea de premiar el comportamiento de los niños durante el confinamiento.

PRIMER FORMATO PUBLICITARIO HBBTV EN LOVEStv

Mediaset España también ha ampliado este año su inventario publicitario digital con el primer spot para HbbTV en sus canales de LOVEStv, plataforma de contenidos conjunta con el resto de televisiones en abierto que ofrece, sobre la emisión lineal, el acceso a la carta a la programación de los últimos siete días o retomar desde el inicio un programa ya empezado. Este spot, situado al inicio y al final del visionado en cualquiera de estas funcionalidades y en formato *mid-roll* en el caso de los contenidos de la carta, tuvo como protagonista un modelo de coche de Renault. Con la planificación a cargo de la agencia OMD, la marca contó en exclusiva con todas las inserciones publicitarias de los canales de la compañía en la plataforma HbbTV durante un mes, incrementando la cobertura de la campaña al crear sinergias entre la TV Lineal y Smart TV.

Con este lanzamiento, Mediaset España consolidó su posición como la ‘televisión de la notoriedad’ con un nuevo formato publicitario de vídeo para Smart TV, el de mayor notoriedad del ecosistema digital, según el *tracking* de notoriedad publicitaria del instituto de investigación CIMEC.

OTRAS LÍNEAS DE NEGOCIO

MEDITERRANEO MEDIASET ESPAÑA GROUP

Aprovechando la eclosión del mercado audiovisual, Mediaset España apostó por unir toda la fuerza de su red de productoras participadas para afrontar con libertad e independencia el desafío de la creación y distribución de todo tipo de contenidos tanto para plataformas y canales propios como ajenos.

Integrada por las productoras **Telecinco Cinema, Alea Media, Mandarina Producciones, La Fábrica de la Tele, Bulldog, Alma Producciones, Unicorn Content, Fénix Media, Megamedia, Supersport y Eldesmarque**, Mediterráneo Mediaset España Group es la suma de la creatividad, el talento, la diversidad y el éxito aportado por cada una en su género. Un catálogo líder a nivel nacional de cine, ficción, entretenimiento, deporte y formatos nativos digitales que Mediaset España ha puesto a disposición de todos los agentes del sector que a lo largo de estos últimos años han ido irrumpiendo, diversificando no sólo la oferta, sino también las oportunidades de negocio.

En tan sólo dos años de actividad, el negocio de la distribución de Mediaset España se ha expandido a través de la venta, la producción y la distribución de contenidos a terceros, llegando desde su posición de privilegio como productora independiente a acuerdos con grandes plataformas como Amazon Prime Video, Disney+, Netflix y HBO, y compañías de servicio OTT como Movistar+, Vodafone, Viacom/CBS, Orange, Euskaltel, Direct TV y América Móvil, entre otras.

Así, Amazon Prime Video ha estrenado en exclusiva la temporada 2 de ‘**Señoras del (h)AMPA**’; las entregas completas de ‘**La que se avecina**’, la temporada 1 y la primera parte de la temporada 2 ‘**Madres: amor y vida**’, ‘**Caronte**’ y ‘**Desaparecidos. La serie**’. Todas las ficciones de estreno excepto ‘**Desaparecidos: la serie**’ y ‘**Caronte**’ se han emitido en abierto en Mediaset España una vez cumplida la ventana de exclusividad de Amazon Prime Video. Una estrategia de éxito que corrobora que, en el caso de la ficción, ofrecer un mismo contenido de forma escalonada en varias ventanas consigue que se genere más conversación y la ficción se refuerce.

Audible, compañía perteneciente a Amazon Prime Video, incluye en su lanzamiento en España audibles creados en exclusiva de la serie ‘La que se avecina’, y coincidiendo con la llegada de Disney+ en España, Mediterráneo ha cerrado un acuerdo para la emisión en la plataforma de películas de Telecinco Cinema como ‘**Un monstruo viene a verme**’, ‘**Tadeo Jones**’ y ‘**Ocho apellidos vascos**’, entre otros. Además, Netflix ofrece en su catálogo la serie ‘**Vivir sin permiso**’, que estuvo en el Top Ten de lo más visto de la plataforma en nuestro país.

Para HBO, Mediterráneo Mediaset España Group ha producido a través de Alea Media la aclamada serie ‘**Patria**’, basada en el *best seller* literario de Fernando Aramburu. Tras su esperado estreno mundial en la plataforma HBO, y su aplaudida presentación en el Festival Internacional de Cine de San Sebastián, Telecinco ofreció en abierto la primera de las ocho entregas de la serie creada por el *showrunner* Aitor Gabilondo. La ficción, con extraordinaria crítica, aborda el conflicto vasco de ETA desde el punto de vista de dos familias de un mismo pueblo. A través de la visión de padres e hijos, narra la experiencia vital de cada uno durante varias décadas. Protagonizan ‘Patria’ las actrices vascas Elena Irureta y Ane Gabarain, con sólidas trayectorias en el cine y la ficción.

Junto a la ficción, Mediterráneo Mediaset España Group ha llegado a un acuerdo de producción exclusiva para Amazon Prime Video de las docuseries de estreno ‘**De la vida al plato**’ y ‘**La familia del Baloncesto Español**’.

En el mercado internacional, la serie ‘**Señoras del (h)AMPA**’, ganadora del Coup Le Cour en MIP TV 2019, ha sido vendida en más de 40 territorios y con nuevos clientes, como es el caso de la adquisición de la serie por parte del grupo RTL para la emisión en territorios de habla alemana, el canal RTBF para la emisión de la serie en Bélgica francesa y el grupo de comunicación para Rusia, los países Bálticos y los territorios CIS. La serie también se verá en Latinoamérica a través de On DIREC TV y Globosat, en Brasil. El formato de la serie también ha sido opcionalado en varios territorios como Italia, Grecia, Hungría.

En Grecia, se ha cerrado un acuerdo para la producción de ‘**Cámbiame**’ para Open TV, así como la serie ‘**Gym Tony**’. En EE.UU. el concurso ‘**Adivina qué hago esta noche**’ inicia su trayectoria internacional con la producción para Fox, y tendrá también sus adaptaciones en el Reino Unido (ITV), Suecia (SVT), Países Bajos (RTL4) y en Bélgica (VTM). Además, el canal francés M6, y el canal griego ALPHA TV han renovado la adaptación de ‘**Escenas de matrimonio**’.

La compañía ha confirmado su presencia en Latinoamérica con el estreno de ‘**Madres: amor y vida**’ en DIRECTV y el acuerdo con el canal HOLA TV! para la emisión en USA y Latinoamérica de un paquete de miniseries.

Por tanto, ha consolidado en sus dos primeros años de vida los objetivos que se marcaron en su nacimiento como es la optimización de costes, el incremento de los ingresos por ventas y distribución dentro y fuera de España reforzando el acceso de las productoras a formatos y mercados internacionales e impulsar el desarrollo de nuevas iniciativas en producciones digitales y de televisión. Todo ello reforzando el modelo de convivencia entre la emisión de los contenidos del grupo en las plataformas y en los canales de Mediaset España, convirtiéndose en una fórmula ganadora para ambas partes.

TELECINCO CINEMA

En un entorno marcado por los efectos de la pandemia también en el sector cinematográfico, que obligó a la suspensión de rodajes y al cierre masivo salas, muchas de las cuales permanecen aún clausuradas al cierre de este ejercicio, Mediaset España ha continuado desempeñando su obligación con la industria del cine, a través de su filial Telecinco Cinema, perteneciente a la red de productoras de Mediterráneo Mediaset España Group. Un año que arrancó con el estreno de 'ADÚ', que continuó con el aplazamiento para 2021 del resto de los lanzamientos previstos -'Operación Camarón', 'Malnazidos' y 'Way Down'- y en el que se ha seguido avanzando en el diseño, desarrollo y preproducción de nuevos proyectos que comenzarán próximamente a rodarse.

El 31 de enero llegó a la gran pantalla 'ADÚ', uno de los proyectos más especiales producidos por Telecinco Cinema, dirigida por Salvador Calvo y con Luis Tosar, Anna Castillo, Álvaro Cervantes, Jesús Carroza, Miquel Fernández, Adam Nourou y los jóvenes actores Moustapha Oumarou y Zayiddiya Disssou en su elenco protagonista. El filme, que abordaba el drama de la inmigración desde la realidad de dos mundos separados por una valla, se estrenó acompañado por una potente campaña promocional y de *marketing*, complementada con una campaña social y solidaria dirigida a provocar la reflexión en torno al fenómeno migratorio y a la realidad del continente africano.

Días antes de su desembarco en cines, Mediaset España celebró un coloquio con su consejero delegado, Paolo Vasile, el presidente de Honor de la Junta Directiva del Comité Español de ACNUR, Antonio Garrigues Walker, el director Salvador Calvo, el presentador y embajador de Buena Voluntad de ACNUR Jesús Vázquez, el CEO de Telecinco Cinema Ghislain Barrois y la actriz del filme Bella Agossou. Un evento en el que la compañía anunció la donación a la ONG Project Ditunga junto a Yelmo Cines de una parte de la taquilla de 'ADÚ' y, por otro, una batería de contenidos en antena para trasladar el debate a la sociedad.

Las acciones en torno al estreno incluyeron también un pase especial en la República de Benín, localización principal del rodaje de la película, convirtiéndose la primera premier de la historia del país, que contó con presencia de autoridades, de los actores locales del filme y del equipo de producción. 'ADÚ' debutó en la taquilla como la mejor apertura del cine español del año y fue vista por más de 1 millón de espectadores, con más de 6 millones de euros de recaudación, todo un éxito para este tipo de películas de corte social.

Tras este primer estreno, las medidas sanitarias, de seguridad y aislamiento para proteger a la población de la pandemia del coronavirus obligaron al cierre de las salas de cine y a posponer numerosos estrenos, entre ellos el de 'Operación Camarón'. Rodada en Sevilla y Cádiz, la comedia de acción dirigida por Carlos Therón ('Es por tu bien' y 'Lo dejo cuando quiera') y protagonizada por Julián López, Natalia de Molina, Carlos Librado 'Nene' y Miren Ibarburen, con la colaboración especial de Paco Tous y la participación de Antonio Dechent, Alberto López, Julián Villagrán, Canco Rodríguez, Adelfa Calvo, Manuel Burque, Juanlu González y Xisco González, narra la misión de infiltración de un policía novato de inocente aspecto y dotes de concertista clásico en una banda de flamenco-trap contratada en la boda de la hija de un traficante local. Josep Gatell Manuel Burque se hicieron cargo del guion y Riki Rivera, ganador de un Goya ('El Niño'), de la banda sonora junto a Violetta Ríaza.

Antes de su llegada a la gran pantalla prevista también para 2021, 'Malnazidos', película evento de acción y aventuras dirigida por Javier Ruiz Caldera y Alberto de Toro e interpretada por Miki Esparbé, Aura Garrido, Luis Callejo, Álvaro Cervantes, Jesús Carroza y María Botto, protagonizó en octubre su estreno mundial inaugurando la 53ª edición de Sitges – Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña, acaparando la atención de la crítica y los medios de comunicación y logrando una excelente acogida por parte del público asistente. Con guion de Jaime Marques Olarreaga y Cristian Conti a partir de la novela 'Noche de Difuntos del 38' de Manuel Martín Ferreras, la película, rodada en Cataluña, cuenta con un elevado nivel de producción para recrear los miles de muertos en las trincheras provocados por 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 estreno de 'Malnazidos' llegará en 2021 secundado por el lanzamiento de un videojuego producto del acuerdo entre Mediaset España y Sony Interactive Entertainment España, a través de PlayStation®Talents, que ha supuesto la adaptación de la película y su potencial estético y de guion en un juego del género *shooter*.

También se estrenará en cines previsiblemente a lo largo de 2021 'Way Down', 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.

Precisamente en el marco de la pandemia y sumándose a la campaña conjunta #Yovoyalcine de la Federación de Cines de España y la Federación de Distribuidores de Cine para animar a los espectadores a regresar a las salas, Telecinco Cinema reestrenó en julio una de las películas más laureadas de su filmografía, 'El Laberinto del Fauno'. Premiada con tres Oscar, tres BAFTA y siete Goya, el relato fantástico dirigido por Guillermo del Toro fue exhibido en más de 125 salas de toda España, dando a los espectadores una nueva oportunidad de disfrutar del filme casi 14 años después de su estreno en nuestro país. En este sentido, Telecinco Cinema, que promocionó en antena este reestreno, apoyó también las medidas de confinamiento domiciliario decretadas por el Gobierno con una autopromoción con imágenes de algunas de las películas más destacadas de su filmografía animando a los espectadores a quedarse en casa.

ATLAS, LA OFERTA DE NOTICIAS Y SERVICIOS MÁS COMPLETA DEL SECTOR AUDIOVISUAL ESPAÑOL

ATLAS, la agencia de noticias y productora de servicios audiovisuales de Mediaset España ha concluido un año muy exigente en la producción de noticias y especialmente marcado por la pandemia COVID-19. Una pandemia que ha puesto a prueba la capacidad de respuesta en cuanto a cobertura informativa y calidad de servicios técnicos y de producción de agencias y productoras de contenidos y servicios de todo el mundo.

A través de sus tres pilares principales de negocio: Agencia de noticias, Broadcast Services y Servicios audiovisuales de Comunicación, ATLAS ha seguido avanzando en el sector, especialmente en el entorno digital. Más de 45.000 noticias producidas y distribuidas en 2020 sumado a la producción de más de 15.000 conexiones y señales en directo, le sitúan como la principal agencia audiovisual de España.

La pandemia ha condicionado especialmente la cobertura informativa del año y, por supuesto, la manera de producir el contenido. Tras decretarse el estado de alarma el 14 de marzo de 2020 desde ATLAS se pusieron en marcha una serie de medidas que permitiesen seguir desarrollando la actividad, pero garantizando en todo momento la seguridad y la salud de los diferentes equipos y colaboradores.

El virus SARS COV 2 ha sido el tema principal sobre el que ATLAS ha dado una completa cobertura informativa, con la última información que se estaba produciendo en cada momento durante el primer Estado de Alarma, durante la desescalada y con el segundo Estado de Alarma. No obstante, ATLAS también ha estado presente en otras noticias y acontecimientos relevantes del año abarcando todas las temáticas: política, economía, sociedad, sucesos, salud, cultura, actualidad internacional, deportes y actualidad local. Entre ellas, la investidura de Pedro Sánchez como presidente, la salida del rey emérito de España, las elecciones en Estados Unidos con la victoria de Joe Biden, el desarrollo de las vacunas contra el coronavirus, las elecciones autonómicas en Galicia y País Vasco, la moción de censura de Vox contra el actual Gobierno, la entrega de despachos a los nuevos jueces con la ausencia del Rey Felipe IV, los abandonos en política de Albert Rivera, Alfonso Alonso o Borja Semper, la inhabilitación del presidente Quim Torra por parte del Tribunal Supremo, la cancelación de MWC, la celebración del Día de la Mujer, el temporal Gloria azotando las costas de Denia con imágenes en directo desde drones, el presunto intento de asesinato del productor Josep María Mainat, la salida de prisión de Rodrigo Rato, la retirada de Iker Casillas o el intento de marcha de Messi del FC Barcelona.

En cuanto a su papel en el ámbito internacional, ATLAS sigue siendo un referente dentro de las agencias audiovisuales. De la mano de importantes agencias internacionales como Reuters, ATLAS ya llega a los más importantes medios digitales y canales de TV del mundo: Caracol Colombia, Canal 13 Chile, The Economist Reino Unido, RAI Italia, TVI Portugal, Mega TV Estados Unidos o 20 Minutes Francia, son algunos de los canales de emisión y publicación de las noticias producidas por la agencia.

Junto a la oferta diaria de noticias de actualidad, también ofrece un completo servicio de imágenes de archivo con noticias de los últimos 30 años. Productoras de contenidos, canales de TV, medios digitales, empresas de formación y otros muchos clientes utilizan este servicio para sus necesidades de producción. Documentales como el de Sergio Ramos, Fernando Alonso o el caso Wanninkhof han sido producidos con imágenes del fondo documental de ATLAS.

Desde el área de Servicios Broadcast se han seguido centralizando y coordinando los servicios de producción y técnicos: grabación, transmisión en directo, edición, envíos de imágenes, streaming, demandados tanto en el entorno de Mediaset España como por terceros. En este sentido, dentro de Mediaset España, ATLAS ha continuado colaborando con los programas informativos Telecinco y ha seguido siendo el proveedor *in house* de servicios de producción para el área de programas de actualidad y entretenimiento de la cadena. 'El Programa de Ana Rosa', 'Ya es mediodía', 'Sálvame', 'Viva la vida', 'Cuatro al día', 'Todo es mentira' o 'En el punto de mira', son algunos de los programas con los que ATLAS colabora estrechamente a diario. También ha seguido colaborando en acciones producidas por el área de Autopromociones del grupo, así como campañas y acciones del área de Comunicación. Asimismo, también ha continuado la diaria colaboración con Publiespaña, la filial publicitaria de Mediaset España encargada de la explotación comercial a través de producción de acciones de publicidad en plató y exteriores, edición y postproducción de vídeos, creatividad y gráficos, desarrollo de guiones o elaboración de contenidos editoriales, entre otros servicios.

En el apartado de servicios audiovisuales de comunicación, ATLAS ha seguido ampliando su colaboración con empresas e instituciones. Acuerdos de colaboración con la Fundación San Pablo CEU, Fundación BBVA, Asociación española contra el cáncer, Fundación La Caixa, Agencia Tinkle, han tenido lugar en un año 2020 en el que la pandemia también ha condicionado las acciones de comunicación de sus clientes.

DIRECCIÓN COMERCIAL EDITORIAL, LA EXPLOTACIÓN DE LAS MARCAS DE MEDIASET ESPAÑA MÁS ALLÁ DE LA PUBLICIDAD

La Dirección Comercial Editorial de Mediaset España engloba numerosas actividades orientadas a generar ingresos adicionales a los publicitarios. Su diversidad de áreas de trabajo le ha permitido en el año 2020 maximizar su negocio, adaptándose a un complicado contexto derivado de la pandemia. En esencia, los cinco pilares estratégicos del área se han mantenido con reorientaciones estratégicas en Eventos, Ecommerce, Licencias, Música propia y de terceros e Interactividad con la audiencia.

Eventos Mediaset. La organización de eventos para empresas externas en los plató de Mediaset España viró su modelo presencial hacia la organización de actos virtuales, y posteriormente a eventos híbridos respetando los protocolos antiCovid. Gracias a ello, grandes empresas han seguido en 2020 apostando por la celebración de sus eventos en Mediaset España, permitiendo a la compañía crecer en esta línea de negocio. La Gala Anual Best Cars junto a Motorpress Ibérica para elegir a los mejores coches del año, y de compañías como Hyundai Motor España, Ferrero Ibérica, Bolton Chile, o Janssen y Allergan han sido algunos de sus clientes.

Tras la cancelación de numerosas citas deportivas por la crisis sanitaria, el grupo cerró acuerdos de *media partnership* con los organizadores de algunas de las carreras virtuales más destacadas del panorama español como la Carrera de la Mujer, con Motorpress Ibérica, EDP Rock & Roll Madrid Virtual Run y Madrid corre por Madrid, con Mapoma. Con respecto a eventos en el ámbito de la música en directo, el teatro, los musicales y las exposiciones, es destacable el apoyo que el programa 'Taquilla Mediaset' ha prestado a la industria, una de las más castigadas por el coronavirus.

Ecommerce. 'Mejor llama a Kiko', el programa de televenta junto a Club Internacional del Libro, se ha consolidado tras su primer aniversario, conquistando nuevos espacios en las parrillas de FDF, las mañanas del fin de semana de Telecinco y las mañanas de Cuatro y Divinity. Junto a este, 'Planes Cuatro', la marca creada para monetizar todo el ecosistema de contenidos de ocio y viajes de Mediaset España, se ha convertido en un escaparate idóneo para los destinos turísticos nacionales. En 2020 la compañía también ha entrado en la industria del cuidado de mascotas, un sector en auge, con la creación de 'IUMIUKI'. Por otro lado, con la intención de proponer una alternativa de ocio durante el confinamiento, la Dirección Comercial Editorial se adentró además en el territorio de las *escape rooms* con una propuesta virtual vinculada al programa 'Todo es mentira'.

Paralelamente al éxito del programa 'Mónica y el Sexo', Mediaset España y la empresa *Platanomelón*, líder en la comercialización de juguetes eróticos, ha creado una colección de productos "inspirados" en los contenidos del programa, bajo la marca 'Los juguetes de Mónica', con su propia web para compras. También ha lanzado de la mano de Grupo Incentivo Regalo (GIR) el Club Viva la Vida, con ventajas y descuentos en la adquisición de productos de menaje, viajes, electrónica o moda, entre otros productos.

Licencias. La asociación de Mediaset España con el sector editorial ha seguido creciendo en 2020. Además del lanzamiento de libros vinculados a los contenidos de la compañía como 'El loco del Congo', 'Quijotes del siglo XXI', 'Con M de Mujer', 'El Plan de Sálvame para Curvys' y el libro de recetas de 'La última Cena', se han impulsado proyectos editoriales con presentadores y colaboradores como Sandra Barneda, Sonsoles Onega, Tofi Moreno y Christian Gálvez. En cuanto a las

agendas literarias, la ya consolidada 'Mil palabras &+' ha estrenado en 2020 'Mil palabras &+ Woman' y 'Mil palabras &+ Kids', destinada a impulsar el hábito de la lectura entre los niños. También ha nacido la 'Colección Mil Amores', un sello especializado en novela romántica junto a la editorial Lantia.

Junto a la revista 'Viva la vida', este año ha llegado a los quioscos la revista oficial mensual 'Más Que Coches' coincidiendo con la celebración del 25º aniversario del programa más longevo de la televisión comercial, y se ha fortalecido la alianza con la editora Keesing con el lanzamiento de una nueva revista de pasatiempos especializada en todo tipo de sopas de letras como 'Pasatiempos Telecinco', 'Pasatiempos Sálvame' y 'Sopas de letras Telecinco'.

Música. La pandemia ha modificado los hábitos de consumo de música grabada en España. El auge del *streaming* ha sido capaz de paliar en parte la caída que ha experimentado el formato físico en España, por lo que Mediaset España se ha adaptado rápidamente a este crecimiento ofreciendo a la industria discográfica comunicación de sus lanzamientos en sus soportes y dirigiendo a los espectadores a las plataformas digitales de música. Artistas nacionales e internacionales como Morat, Aitana y David Bisbal, Sebastián Yatra, Carlos Jean y Dvicio, entre otros, han sido algunos de ellos. Un año más, los grandes formatos de Mediaset España se han convertido también en una plataforma fundamental para integrar en sus contenidos los lanzamientos musicales más importantes, como 'Supervivientes', 'El tiempo del descuento', 'La Casa Fuerte' y 'La Isla de las Tentaciones'.

Además, Grupo Editorial Telecinco (GET) ha lanzado en 2020 las bandas sonoras de las películas de Telecinco Cinema 'Operación Camarón', cuyo tema central "Chico perfecto" registra cerca de un millón de *plays* en Spotify, y el *videoclip* más de un millón de reproducciones; y 'Adú', un trabajo del galardonado compositor Roque Baños. También hizo posible que el tema "Ruido" de Amaral fuera la música de la cabecera de la serie 'Madres' y llevó a cabo el lanzamiento de la BSO del programa 'Mzungu, Operación Congo', con distribución en todas las plataformas digitales.

Además, este año se han incorporado al catálogo de Mediaset más de 2.300 obras musicales nuevas de todos los estilos, para cubrir las necesidades de todos sus contenidos. Estas obras han sido compuestas por más de 160 compositores distintos, de los que casi una tercera parte se han incorporado en el último año como nuevos autores a Grupo Editorial Telecinco (GET). De toda la música que se emite en los canales principales, el 84% en Telecinco y 66% en Cuatro pertenecen al catálogo de música propia generada desde esta área.

Interactividad con la audiencia. Se han implementado votaciones telefónicas en cuatro *realities*, incluyendo la segunda edición de 'La Casa Fuerte', y la final de 'La Última Cena', donde a través de los teléfonos la audiencia ha podido seguir decidiendo sobre el desarrollo de los concursantes en cada programa y eligiendo a los ganadores de cada uno de los formatos. El año ha finalizado con más de 100 concursos organizados para entregar dinero y otros premios, con más de un millón de participantes, un dato que atestigua la extraordinaria vigencia de este mecanismo de relación con el público, especialmente significativo durante los distintos concursos organizados durante el Estado de Alarma.

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.

Producción de contenidos audiovisuales y publicidad	75,06%
Seguros	0,08%
Servicios de asesoramiento	3,97%
Servicios estructura	6,12%
Servicios Técnicos ¹	14,01%
Varios	0,76%

(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 2020, 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 1.100 proveedores diferentes.

Distribución geográfica del gasto en proveedores

ESPAÑA	95,10%
REINO UNIDO	2,29%
SUIZA	0,37%
EE.UU.	0,45%
IRLANDA	0,99%
ITALIA	0,20%
FRANCIA	0,13%
PAÍSES BAJOS	0,19%
BÉLGICA	0,13%
SUECIA	0,01%
ALEMANIA	0,06%
LUXEMBURGO	0,04%
PORTUGAL	0,02%
ISRAEL	0,02%

Inversión en Derechos Audiovisuales

EN ESPAÑA	54,38%
FUERA DE ESPAÑA	45,62%

Inversiones técnicas

EN ESPAÑA	93,35%
FUERA DE ESPAÑA	6,65%

TRANSPARENCIA FISCAL

Mediaset España dispone de una estrategia y política fiscal aprobada por el Consejo de Administración y publicada en su página web⁽¹⁾

La ejecución de la política fiscal se lleva a cabo por la Dirección Financiera del Grupo, con el apoyo de los asesores jurídicos y fiscales del Grupo. La supervisión de dicha ejecución corresponde al Consejo de Administración, a través de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Es competencia del Consejo de Administración 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. Periódicamente, al menos una vez al año, se reporta a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento el desempeño del Grupo en materia fiscal.

La Dirección Financiera es la responsable de la identificación y gestión de los riesgos fiscales en coordinación con la Asesoría Fiscal. A su vez, los riesgos fiscales se integran en el sistema de gestión de riesgos corporativos y son objeto de seguimiento periódico por las funciones de Gestión de Riesgos, Cumplimiento y Auditoría Interna. El mapa de riesgos fiscales se monitoriza de forma trimestral y se actualiza anualmente.

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

Por otra parte, a través de la Unidad de Cumplimiento y Prevención cualquier trabajador, proveedor u otro grupo de interés puede notificar cualquier inquietud relacionada con conductas vinculadas a la integridad de la organización en relación con la fiscalidad. Esta Unidad reporta directamente a la Comisión de Auditoría. Asimismo, se elabora anualmente un informe de precios de transferencia relativo a las operaciones comerciales que el Grupo realiza en actividades vinculadas.

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

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

(1) Para más información pinche aquí
https://files.mediaset.es/file/10002/2017/09/22/thearchive_e93e.pdf

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

Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	729.575
Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)	329.732
Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	93.917
IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario	363.509
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	86.510.550
I.G.I.C (CANARIAS)-I.P.S.I (CEUTA Y MELILLA)	53.058
Impuesto sobre la Renta de No Residentes	1.754.787

IRPF Rendimientos Procedentes de Arrendamientos	1.578
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	26.457.812
Tasa Residuos Sólidos Urbanos	43.129
Tasa Entrada vehículos (Vados)	12.405
Aportación Financiación RTVE	19.487.341
Tasa CNMV	20.402
Otros	8.351
Pagos a cuenta Impuesto sobre Sociedades	37.781.687
Impuesto sobre Sociedades (1)	-4.280.485
CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA TOTAL EN ESPAÑA EJERCICIO 2020	169.367.348

(1) Impuesto sobre sociedades a devolver

IMPUESTOS SOPORTADOS ¹ (miles de euros)	54.226	32%
IMPUESTOS RECAUDADOS ² (miles de euros)	115.141	68%

(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).

Desde 2020 Mediaset España se ha unido a la "CASILLA EMPRESA SOLIDARIA", marcando la casilla 069 en su declaración del Impuesto de Sociedades y por tanto, destinando el 0,7% de la cuota íntegra para fines sociales. La contribución correspondiente a la declaración presentada en 2020 por este concepto ha sido de 324.613€

IMPUESTOS SOPORTADOS POR EL GRUPO MEDIASET ESPAÑA 2020

Los impuestos soportados por el Grupo Mediaset España en 2020 ascendieron a más de 54 millones de euros, donde más del 60% correspondió al Impuesto sobre Sociedades y casi el 36% a la Aportación a la Financiación de Radio y Televisión Española (RTVE).

Impuesto sobre Sociedades	61,79%
Aportación Financiación RTVE	35,94%
Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	1,35%
Otros	0,92%

IMPUESTOS/ TASAS ESPECÍFICAS DE LA ACTIVIDAD DE NEGOCIO

Las tasas o impuestos de actividades específicas soportadas en 2020 superaron los 20 millones de euros, donde el 96% correspondió a la aportación a la financiación de RTVE.

Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	3,61%
Aportación Financiación RTVE	96,35%
Impuesto y Tasa Administrativa sobre el Juego	0,04%

IMPUESTOS RECAUDADOS

Los impuestos recaudados por el Grupo Mediaset España durante el ejercicio 2020 superaron los 115 millones de euros, donde más del 75% de la contribución tributaria correspondió al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el 23% al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por Rendimientos del Trabajo, Actividades Económicas y Premios.

Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	75,2%
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	23,0%
Impuesto sobre la Renta de No Residentes	1,5%
IRPF Rendimientos Capital Mobiliario y Arrendamientos	0,3%

CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA DEL GRUPO MEDIASET RESPECTO DE LA CIFRA DE NEGOCIOS 2020

El 20% de la cifra de negocio del Grupo Mediaset se destina al pago de impuestos, de los cuales 7% corresponde a los impuestos soportados y un 14% son impuestos recaudados.

RATIO DE CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA TOTAL 2020

En el ejercicio 2020, el ratio de Contribución Tributaria Total del Grupo Mediaset en España ha ascendido a 23%. Es decir, del total de beneficio consolidado antes de impuestos, los impuestos soportados representan el 23%.

CONCILIACIÓN ENTRE RESULTADO DEL EJERCICIO ANTES DE IMPUESTOS E IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES (MILES DE EUROS)

	2020
Resultado Consolidado Contable antes de Impuestos	231.381
Ajustes de consolidación	4.089
Diferencias permanentes	(4.979)
Diferencias temporarias	(22.590)
Base imponible (resultado fiscal)	207.901
Base imponible	207.901
Cuota íntegra (25%)	51.975
Compensación bases imponibles negativas	(7.501)
Deducciones y bonificaciones ¹	(10.973)
Retenciones	(37.781)
Impuesto sobre Sociedades a devolver	4.280

(1) Corresponde a las deducciones y bonificaciones que se han aplicado en el ejercicio.

TASA IMPOSITIVA EFECTIVA	21,8%
TASA IMPOSITIVA NOMINAL	25%

SUBVENCIONES RECIBIDAS EN 2020 (MILES DE EUROS)

AYUDAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS	3.002 ¹
AYUDAS RECIBIDAS DE FUENTES NO GUBERNAMENTALES	0

(1) Corresponde a las bonificaciones por los planes de formación continua de la Fundación Tripartita y a las ayudas recibidas del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación digital, para la adaptación a las nuevas frecuencias (2º dividendo digital).

BASES IMPONIBLES NEGATIVAS NO ACTIVADAS (MILES DE EUROS)

CONNECTAS	4.515
NETSONIC	1.167

DEDUCCIONES Y BONIFICACIONES PENDIENTES DE APLICACIÓN € 37.463 (MILES)

EXENCIÓN FISCAL SOBRE DIVIDENDOS € 68.645 (MILES)

CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA FUERA DE TERRITORIO ESPAÑOL

Tras la formalización de los procesos de cierre y liquidación realizados en el año 2020 de las filiales del Grupo Netsonic domiciliadas en Colombia, México, E.E.U.U. y Perú, las cuales dejaron de ser operativas desde el inicio del año, no existe contribución en el extranjero de sociedades del grupo Mediaset España. Señalar que, como consecuencia del cierre y liquidación, estas sociedades han sido dadas de baja en los estados financieros consolidados auditados del ejercicio, no existiendo anotaciones de dichas sociedades en las cuentas anuales consolidadas, dejando sin efecto jurisdicciones fiscales.

Nota: la tasa impositiva efectiva difiere de la tasa impositiva nominal debido a las deducciones por producción audiovisual.

CREACIÓN DE VALOR PARA LOS ACCIONISTAS E 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, a efectos de divulgar información corporativa sin que se produzca distorsión o asimetría entre los accionistas o potenciales inversores.

La comunicación e información con los accionistas e inversores durante 2020 se ha visto marcada por la pandemia de la COVID 19. Tras la publicación de resultados anuales, a finales de febrero, la compañía tenía por costumbre realizar roadshows por las principales plazas financieras. La llegada de la pandemia cambió rápidamente los hábitos, tanto de brokers como de las compañías, llevando a la realización de los encuentros y conferencias de manera virtual. Eventos tradicionales como la Junta General de Accionistas se vieron afectados tanto en forma (del formato de reunión física a virtual) como en tiempo (de abril a mayo) por la existencia de la pandemia.

- 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

MEDIASET ESPAÑA EN BOLSA

Mediaset España comenzó el año 2020 con una cotización de €5,66 por acción, alcanzando su valor máximo anual el día 7 enero 2020 cotizando en €5,67 por acción.

A comienzos del 2020 y con motivo de la Covid 19, el título sufrió una fuerte corrección en el mes de marzo, en línea con la sufrida por sus comparables europeos y que le llevó a registrar su mínimo anual el 23 de marzo 2020 en €2,67 por acción. El fuerte castigo impuesto por la pandemia en la capitalización de la compañía, así como el importante descenso en los volúmenes de negociación del título, llevaron al Comité Asesor Técnico del Ibex a anunciar, con fecha 11 de junio, la salida de Mediaset España del índice español Ibex35, salida que sería efectiva el 22 de junio. Desde la citada fecha, Mediaset España forma parte del índice Ibex Medium Cap.

En el 2020, el volumen de títulos negociados de Mediaset España en la plataforma BME ascendió a 184,96 millones de acciones, volumen muy inferior en promedio al de años anteriores debido, en buena parte, al número de acciones acogidas al derecho de separación con motivo del proyecto de fusión y que se encontraban, por tanto, inmovilizadas en sus depositarios. Estas acciones inmovilizadas correspondieron inicialmente a 39 millones de títulos que, tras la finalización de la primera ventana de revocación voluntaria, el 3 de marzo, se redujeron a 35 millones de títulos y tras una segunda ventana de revocación voluntaria, en mayo, descendió hasta los 32 millones. En el mes de agosto, tras el anuncio de suspensión del proyecto de fusión, todos los títulos quedaron totalmente liberados.

A 31 de diciembre 2020, el título cotizaba en €4,26 por acción, lo que supuso un retroceso del 24,7% en el año y un avance del 37,3% desde mínimos de marzo, tras el fuerte impacto provocado por la pandemia. La capitalización de Mediaset España a cierre del ejercicio 2020 ascendió a 1.395€ millones .

CAPITALIZACIÓN DE LAS PRINCIPALES COMPAÑÍAS EUROPEAS DEL SECTOR AUDIOVISUAL

Tras el fuerte impacto de la Covid19 en los distintos comparables europeos, la evolución de las compañías ha sido desigual a lo largo del año. De esta forma y a cierre 2020, Prosieben fue el operador europeo con mejor comportamiento en 2020, con un retroceso en el año del 1,1%.

La capitalización de las principales compañías broadcasters a 31 diciembre 2020, fue la siguiente:

ITV*	5.251€
Prosieben	3.205€
Mediaset SpA	2.464€
M6	1.676€
Mediaset España	1.395€
TFI	1.386€
Atresmedia	650€

**CREACIÓN DE
VALOR PARA LA SOCIEDAD**

MEDIASET ESPAÑA COMPROMETIDA CON LA SOCIEDAD

Durante 2020 Mediaset España se ha mantenido fiel a su propósito de hacer compañía a la audiencia gente a través del entretenimiento y más aún en un año marcado por la COVID-19. Por ello, ha apostado por reforzar la televisión en directo sin dejar de abordar los temas sociales y ambientales que preocupan a la sociedad, reflejando en sus contenidos la brecha de género y la diversidad de la sociedad, impulsando el talento y la creatividad, ofreciendo apoyo psicológico a través del análisis y consejos de especialistas o abordando la crisis climática y los pequeños o grandes gestos que están en la mano de cada uno para contribuir a reducir el impacto ambiental.

Todo ello sin dejar de aportar información rápida, veraz, contrastada y que fuese útil para la ciudadanía, en un momento de tanta incertidumbre.

IGUALDAD DE GÉNERO

EL PROGRAMA DE ANA ROSA

Durante 2020, el programa abordó distintas temáticas relacionadas con la igualdad.

- Habló con víctimas de sextorsión o extorsión sexual, una forma de explotación sexual en la cual una persona es chantajeada, generalmente por aplicaciones de mensajería por Internet, con una imagen o vídeo íntimo que generalmente es compartido con fines de que se haga viral. Asimismo, abordó el tema con la policía especializada en este tipo de delitos.
- Dio voz a los logros del deporte femenino dándoles visibilidad.
- En materia de violencia de género, denunció la proliferación de las llamadas manadas, grupos que agreden sexualmente a mujeres, jóvenes o niñas.
- Abordó los delitos contra la libertad sexual, que se han vuelto más complejos con el uso de las nuevas tecnologías como herramientas para cometer este tipo de acciones contra las mujeres.
- Haciéndose eco de las consideraciones de la Fiscalía General del Estado, en un reportaje y con el consiguiente debate con los colaboradores, denunció el machismo en algunas señales de tráfico.
- Analizó las ventajas del lenguaje inclusivo para la igualdad de género
- Se abordaron de manera frecuente en la sección de política, las medidas encaminadas a luchar contra la desigualdad de género, entre ellas, las medidas contra la brecha salarial.
- Entrevistó a M^a Luisa Segoviano, la primera mujer en presidir una Sala del Tribunal Supremo, en concreto la Sala de lo Social. Un auténtico hito ya que no había sucedido en los más de 200 años de historia del Tribunal.

VIVA LA VIDA

Muchos han sido los casos en los que la mujer fue protagonista en el programa a lo largo de 2020, recogiendo especialmente el drama de la violencia de género y la prostitución.

- Desaparecida Barajas, denunció la desaparición de Estela, de 21 años, al llegar a Barajas desde Brasil
- Prostitución en Puente de Vallecas, se hizo eco de la preocupación en torno a la proliferación de prostibulos en la zona, en los que, además, se comercializan drogas.
- Violencia de género digital, que comprende prácticas tales como censurar fotos que la pareja comparte en sus redes sociales, exigir a la pareja que muestre su geolocalización, espiar el móvil entre otras actitudes. Este fenómeno parece afectar en mayor medida a las mujeres y para comprender esta nueva realidad se invitó al plató a Francisco Canals, periodista especializado en ciberdelitos, y a Miriam, víctima de acoso cibernético.
- Malos tratos, vivencias de mujeres víctimas de violencia machista.

SÁLVAME- SECCIÓN «CON M DE MUJER»

Todas las semanas la periodista Geles Hornedo analizó temas relacionados con el feminismo, la igualdad o el empoderamiento femenino, con el objetivo de acercar el feminismo con ejemplos cotidianos de micromachismos que pasan desapercibidos en la sociedad y que impiden caminar hacia la igualdad.

MI CASA ES LA TUYA

Muchas mujeres fueron las protagonistas de los diferentes capítulos de la nueva temporada, mujeres con carácter, con iniciativa, que han hecho camino a su manera y que han contado cómo superaron en primera persona las dificultades que se encontraron en su época, por el simple hecho de ser mujer.

QUIJOTES DEL SIGLO XXI

El programa estrenado en 2020 en late night compartió historias asombrosas protagonizadas por personas anónimas que han luchado y continuarán haciéndolo, contra el sistema, contra lo establecido, contra la pérdida. Las mujeres de cada relato mostraron valentía, arrojo y una capacidad de lucha indescriptibles, convirtiéndose sin pretenderlo, en auténticas referentes de empoderamiento femenino.

YA ES MEDIODÍA

Es línea editorial del programa y compromiso firme del equipo, informar sobre los casos de violencia de género para denunciarlos y concienciar sobre la necesidad de erradicar esta terrible lacra. Además, en dichos casos siempre se rotula en pantalla con el teléfono de ayuda, 016.

Durante 2020 se abordó innumerables casos de violencia de género, antes y durante la pandemia, haciendo hincapié para que tales denuncias no cayeran en el olvido, recordando los datos que afectan a las víctimas.

TODO ES MENTIRA

En el ADN del programa siempre ha estado la defensa de la igualdad y la lucha contra la discriminación, denunciando cualquier situación de vulneración de los derechos de la mujer.

- La Real Academia Española (RAE) y la Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) presentaron 'El libro de estilo de la lengua española según la norma panhispánica' que en su primer capítulo expresa su rechazo al lenguaje inclusivo considerándolo innecesario. El programa analizó la polémica suscitada, recogiendo la opinión de todos los partidos políticos, se debatió en mesa con los colaboradores y se realizaron reportajes sobre la necesidad del lenguaje inclusivo.
- "Informe TEM: Mujer contra Mujer", analizó todas las vertientes actuales del feminismo y sus distintos argumentos.

SAMANTHA Y LA VIDA DE....

De los 6 capítulos de la temporada 2020, 5 de ellos han tenido como protagonista a una mujer; personas empoderadas, con historias de superación personal e inspiradoras.

EN EL PUNTO DE MIRA

En el programa Dinero Sucio, se llevó a cabo una labor de investigación y denuncia sobre la explotación sexual de mujeres en pisos particulares. Los reporteros hicieron un mapa de las zonas más afectadas de Madrid y recapitulaban centenares de anuncios en los que se ofrecían los servicios sexuales, contando además con la ayuda de la Policía y de expertos en explotación sexual.

CUATRO AL DÍA

En muchas ocasiones a lo largo de 2020 el programa puso el foco en la lucha contra las desigualdades y contra la violencia de género.

- Denuncias de desigualdad de género en el ámbito laboral.
- Denuncias de violencia machista, donde casi cada día una mujer muere a manos de su pareja.
- Perspectiva de género en las señales de tráfico.
- Brecha salarial y las medidas que tomadas por el Consejo de Ministros para combatirla.

PRODUCCIONES PROPIAS DE FICCIÓN

En las series de producción propia se hizo hincapié en 2020 en retratar los distintos roles de la mujer, tanto en lo laboral como en lo personal, huyendo de estereotipos, sin que por ello se alejara de las diferentes realidades sociales que representan las mujeres en la sociedad española actual.

- MADRES, Amor y Vida- El equipo está encabezado por mujeres; todas las directoras de la serie son mujeres y tanto el casting principal como las tramas están protagonizadas por mujeres.
- Señoras del (h)Ampa- Es una apuesta por una comedia negra donde roles normalmente identificados con personajes masculinos (asesinos, líderes de los bajos fondos), están escritos y vividos por mujeres, sin por ello, huir de las características propias de personajes femeninos.

DÍA INTERNACIONAL DE LA MUJER

SOCIALITÉ

Al final del programa, María Patiño pedía que todas sus compañeras le acompañaran en el plató para despedir esta edición en una fecha tan señalada. *"Todas estas mujeres nos hemos levantado esta mañana para hacer algo que nos gusta, con el privilegio que tenemos. Sólo quiero decir una cosa muy importante: que nos respeten, que no nos acosen y que no nos maten, porque queremos vivir y queremos seguir viviendo. Va por vosotras, sobre todo por aquellas que ya no estáis y por las que no habéis podido elegir como nosotras, hacer algo que nos gusta, nuestro trabajo. Gracias y gracias, amigas. Por vosotras"*.

VIVA LA VIDA

Para este día, el programa se tornó de color morado: en la ambientación del plató y en las cortinillas de ida y vuelta de publicidad, ofreciendo tras éstas, testimonios de las mujeres que forman parte del equipo del programa. Emma García y todos los colaboradores abrieron las puertas del programa para ofrecer una declaración de intenciones en este día, dedicando el programa a las mujeres. *"Todos los días del año y este en particular tenemos que recordar que somos mujeres, que somos personas. Suena obvio, pero no lo es tanto. Todavía hay lugares en pleno siglo XXI donde el código de conducta familiar obliga a la mujer a obedecer a su marido; estados donde las mujeres pueden ser castigadas por la participación en deportes o en actos públicos; zonas donde se sigue practicando la mutilación femenina y se permite a las niñas casarse con apenas 11 años; y algo más cerca en España donde seguimos lamentando víctimas por violencia machista y por violaciones. Terminemos con esta lacra que no entiende de ideologías, sino de educación, de respeto, de libertad, de amor. Luchemos mujeres y hombres por una sociedad más justa, por los derechos de las mujeres y para que todos los días sean 8 de marzo. Un día especial para todas y para todos"*.

GIRLS POWER

Con motivo de la celebración del Día Internacional de la Mujer, el canal infantil emitió una programación especial dedicada al poder y a la fortaleza de las mujeres: «GIRLS POWER», una programación especial con animaciones del canal protagonizadas por mujeres. Para lanzar el evento, Boing preparó una pieza con el siguiente mensaje: "Tienen más valor que ninguno. Más poder que cualquiera. Y saben divertirse como nadie. Si crees que necesitan ayuda, es que aún no las conoces. Cuando llegue el fin de semana van a demostrarte lo que es el verdadero 'Girls Power'".

TODO ES MENTIRA

A lo largo de la semana previa al Día de la Mujer, el programa fue el altavoz, a través de diversos vídeos y reportajes, de la discriminación en múltiples áreas de la sociedad y en las diferencias entre diversos colectivos en temas como la prostitución, la gestación subrogada o la Ley Trans.

Se recogió en diferentes reportajes, los detalles y declaraciones en las manifestaciones del 8M, comentando en mesa la repercusión y el punto en el que se encuentran las reivindicaciones feministas.

DIVERSIDAD

FIRST DATES

La diversidad de las citas es parte del ADN del programa. En este sentido, el programa ha sido siempre un espacio abierto a las distintas formas de relaciones personales en donde se ha procurado dar especial importancia a las citas que fomentan la inclusión.

Por su parte, "First Dates Cruceros" abandonaba el restaurante para instalarse en un gran barco, escenario idílico para que 100 personas solteras pudieran dar oportunidad al amor, mientras disfrutaban de una espectacular travesía, siendo testigo de la gran diversidad de la sociedad española a través de las citas sin ningún tipo de distinción de género, raza o convicciones, entre personas que entienden el amor de distinta forma.

YA ES MEDIODÍA

A lo largo de 2020 se denunciaron situaciones de violencia o rechazo contra personas de otra raza o etnia, rechazando explícitamente la xenofobia, así como también se escucharon las reivindicaciones de las personas con necesidades especiales, en virtud de la Ley Celáa y lo que supondría el cierre de los colegios especiales.

EN EL PUNTO DE MIRA

Se llevó a cabo una investigación sobre la explotación laboral de personas con discapacidad en España, destapando las condiciones laborales de este colectivo en algunas partes de la geografía del país, que supone una vulneración a los derechos humanos y laborales, elevando la denuncia ante la Inspección de Trabajo, para que tal situación llegara a su fin .

CUATRO AL DÍA

A través de reportajes, entrevistas y mesas de debate, se trataron temáticas como la discriminación por discapacidad, el acoso escolar entre menores, el maltrato y desatención de ancianos en residencias, el racismo, la xenofobia y la intolerancia.

SAMANTA Y LA VIDA DE...

Irene Villa dio el testimonio de su vida tras el atentado terrorista del que fue víctima, hablando de las secuelas que le dejó el mismo y cómo afrontó su nueva vida con ellas, normalizando y destacando el respeto que merece cualquier persona con alguna discapacidad.

Ruth Lorenzo, protagonista de otro de los capítulos, compartió su experiencia como mormona, normalizando la diversidad religiosa

LOS GIPSY KINGS

El programa dio nuevamente visibilidad al pueblo gitano a través de sus costumbres, pero también observando su incorporación a la sociedad del siglo XXI, donde la mujer gitana mantiene un papel protagonista; mujeres que marcan el ritmo de la familia, que deciden sus propios destinos y que se encuentran inmersas en el ámbito laboral y profesional.

EL PROGRAMA DE ANA ROSA

A lo largo de 2020 el programa impulsó la defensa de distintos colectivos, tal como la defensa al colectivo de la tercera edad, denunciando casos de maltrato o desatención; la defensa de la infancia, denunciando situaciones injustas que viven los menores y haciéndose eco del estreno del programa "Acosados"; denunciando conductas y actitudes racistas y xenófobas; recogiendo los avances en materia de las reclamaciones de los colectivos LGTBI; denunciando todo tipo de marginación a las personas con discapacidad; las situaciones de acoso entre menores, para concienciar a la sociedad de que no son "cosas de niños". De igual modo, con el fin de mejorar la imagen que tienen ciertos sectores de la población respecto de las personas inmigrantes ilegales, se potenciaron noticias positivas que favorecieran a este colectivo con el fin de evitar que sea estigmatizado.

SÁBADO DELUXE

La historia de superación de Mafalda Carbonell, era digna de ser contada. Ella padece artrogriposis múltiple congénita, una enfermedad que solo afecta a uno de cada 3.000 niños nacidos, pero sus problemas de movilidad no le han impedido cumplir su sueño: ser actriz, trabajo por el cual ya ha tenido varias apariciones televisivas.

QUIJOTES DEL SIGLO XXI

En distintos programas se dio voz a personas que luchan en favor de la diversidad

- Patricia, madre de una niña con síndrome de Down, tiene el objetivo de evitar que el gobierno cierre los Centros de Educación Especial que tanto han ayudado a que su hija sea una persona autosuficiente y empoderada.
- Víctor, waterpolista de primer nivel, destaca no solo por sus logros deportivos, sino también por su condición sexual y su lucha por lograr la inclusión en el deporte.
- Patricia, lucha por conseguir un plan integrado para el tratamiento de los trastornos de la alimentación en Andalucía, ya que su hija se encuentra padeciendo la anorexia en una clínica a 250km de su casa.

SÁLVAME

El programa abordó en distintas emisiones, entre otros temas, las experiencias de vida de distintas personas, reflejando la diversidad de la sociedad: el trastorno alimenticio de anorexia; el diagnóstico psiquiátrico del trastorno bipolar; la homosexualidad; el cáncer; mujeres criticadas por su edad y apariencia .

IDOL KIDS

El programa representa la diversidad de la sociedad española. Entre sus protagonistas encontramos a:

- Jhon Jairo, un chico de 14 años que perdió a sus padres en un accidente de tráfico, para quien la música ha sido un refugio donde superar la pérdida.
- Sofía, con solo 8 años, ya sufrió bullying en el colegio, lo que le llevó a estar 4 meses en casa, pero encontró en la música un medio donde poder expresarse.
- Eiden, quien con 15 años dió una lección social y moral contando su propia historia, muy pronto se dio cuenta de que era transexual muy contento de poder verbalizarlo y hacerlo público, contribuyendo a la normalización de la libertad de identidad sexual.
- Alberto, que con 11 años contó su historia de rechazo en el colegio por tener el labio leporino.

PRODUCCIONES PROPIAS DE FICCIÓN

La ficción de Mediaset España también reflejó la diversidad de la sociedad.

- En Señoras del (h)ampa, uno de los roles fijos es una mujer con Síndrome de Down cuyo personaje es una estafadora y cruel delincuente, huyendo así de una mirada paternalista de la discapacidad e interpretado por una actriz con Síndrome de Down.
- En el reparto protagonista de la serie «Desaparecidos», una de las inspectoras de la comisaría es de religión musulmana, donde las tramas no destacan ni alimentan ninguna diferencia.

ADÚ

En 2020 llegó a las salas la película producida por Telecinco Cinema, acercando a la sociedad el drama del fenómeno migratorio y la realidad del continente africano, inspirada en millones de historias reales a partir de las que se construye un relato con tres historias entrelazadas.

Se contó con la colaboración de CEAR (Comisión Española de Ayuda al Refugiado) para una mejor aproximación a los personajes de los refugiados, las solicitudes de asilo y los centros de acogida y apoyo.

Celebración anual del Orgullo LGTBI

Coincidiendo con la Semana del Orgullo LGTBI, los canales de Mediaset España se sumaron a este evento conmemorativo con contenidos e iniciativas especiales, en todos sus soportes.

- 'First Dates', en sus ediciones del 28 y 29 de junio, recuperó sendas entregas realizadas con motivo del Orgullo en las que la diversidad sexual era la gran protagonista.
- 'El programa del verano', en su edición del 3 de julio, mostró el ambiente festivo vivido en el madrileño barrio de Chueca.
- 'Ya es mediodía' informó sobre diversos eventos organizados en la Semana del Orgullo, afectados por la pandemia provocada por la Covid-19.
- 'Sálvame Diario' llevó a cabo la elección del candidato de Madrid a Mister Gay Pride España del próximo año.
- 'Socialité' personalizó su línea gráfica para la ocasión y ofreció un reportaje sobre las celebrities que se pronunciaron a favor de la igualdad y la diversidad sexual y de género.
- Informativos Telecinco y Cuatro al Día Fin de Semana ofreció una amplia cobertura de los distintos actos organizados.
- Mtmad ofreció nuevos blogs, testimonios exclusivos, un consultorio sobre temática LGTBI y con el hashtag #MtmadOrgulloxs, aunó las acciones en redes sociales y las iniciativas especiales de la plataforma de contenidos nativos digitales.
- Be Mad celebró la semana del Orgullo LGTBI con un maratón temático de 'Conexión Samanta'; el 'Especial Callejeros Orgullo gay'; un maratón de 'Callejero Viajeros' en Estados Unidos, que incluyó la visita a San Francisco, el reportaje de 'En el punto de mira' sobre la asociación Hazte Oír; una batería de entregas de 'Planeta Calleja' con personalidades de la casa como aventureros; y la investigación de 'Fuera de cobertura' en Rusia, que mostró la homofobia en dicho país.

MEDIO AMBIENTE/CAMBIO CLIMÁTICO

PLANETA CALLEJA

En la séptima temporada del programa, los invitados de Jesús Calleja comprobaron en primera persona los efectos del cambio climático, visitando lugares recónditos de nuestro planeta que están cambiando debido a temperaturas extremas. Además del cambio climático, el programa prestó especial atención a distintos temas relacionados con la ecología, como el problema del aceite de palma en Borneo o la crisis del sargazo en el Caribe.

- El punto de partida de la expedición con Ana Botín, Presidenta Ejecutiva del Banco Santander, ha sido el glaciar Qaleraliq, desde donde emprendieron una ruta de trekking hacia un nunatak, pico montañoso rodeado de hielo continental. Desde allí pudieron contemplar el casquete polar groenlandés, que cubre cerca del 80% de su territorio y constatar cómo ha visto reducido su espesor en los últimos años. También convivieron junto a una familia ganadera groenlandesa, para experimentar su modo de vida y conocer los cambios que ha sufrido el clima en la zona y colaboraron con Greenland Tree Project, que tiene como objetivo plantar árboles en la isla para tratar de neutralizar las emisiones de gases de efecto invernadero. Con Jason Box, impulsor de la iniciativa y uno de los climatólogos más importantes del mundo, abordaron el calentamiento global y sus posibles soluciones.
- La periodista Sandra Barneda viajó a la Isla de Borneo para ascender por el Monte Kinabalu, una de las montañas más altas del sudeste asiático. Aprovecharon el viaje para conocer la flora y la fauna de la Isla de Borneo, famosa por su biodiversidad y sus especies endémicas: Turtle Island, a la que tan sólo pueden acceder 15 visitantes al día y donde cada noche llegan tortugas Carey y tortugas verdes para desovar en sus playas; Sepilok, una reserva de orangutanes rojos, una especie endémica de Borneo perjudicada por la deforestación causada por las plantaciones de aceite de palma, o la navegación por río Kinabatangan, el segundo más largo de Malasia y el lugar más salvaje de Borneo, donde tuvieron ocasión de ver el famoso mono narigudo, que tan sólo se puede contemplar en dicho lugar.
- El dúo cómico Los Morancos hizo un completo recorrido por Turquía, donde visitaron la región de la Capadocia, una zona caracterizada por formaciones geológicas únicas en el mundo.

- El objetivo del viaje con el actor Asier Atxeandía fue el corazón del continente africano: Camerún. Allí, emprendieron la aventura con el objetivo de llegar hasta los baka, un subgrupo de pigmeos nómadas que se dedican a la caza y la recolección. Para ello, caminaron largos recorridos por la selva y navegaron en piragua a través de la Reserva de Fauna de Dja. También tuvieron ocasión de contemplar las impresionantes Cascadas del río Lobé, únicas en el mundo porque desembocan directamente en el mar. Durante su viaje a través de Camerún, Jesús y Asier también visitaron un centro de recuperación de gorilas y chimpancés.
- El diseñador Lorenzo Caprile recorrió Sevilla, Burgos y Soria por tierra y por aire, en una aventura dedicada a conocer la fauna de aves de la zona, su protección y su importancia para el medio ambiente.
- José Andrés, uno de los chefs más destacados del mundo y famoso por la labor humanitaria que desarrolla con su ONG World Central Kitchen, visitó Puerto Rico para dar a conocer la naturaleza salvaje y los efectos del huracán María: descendiendo los cañones del río Tanamá, con multitud de grutas y un rápel al interior de una cueva desde casi 40 metros de altura; haciendo trekking por El Yunque, único bosque pluvial tropical de Estados Unidos y buceando en el suroeste del país, en una de las inmersiones más espectaculares del Caribe.
- La actriz Malena Alterio visitó el archipiélago de las Eolias, situado al norte de Sicilia. Formado por siete islas, entre las que se encuentra Estrómboli y su famoso volcán que se encuentra activo y que en el último año ha tenido dos violentas erupciones. En el programa, Jesús Calleja y Malena Alterio ascienden sus casi mil metros de altura para ver las erupciones de lava durante la noche y las explosiones que se producen en el cráter cada 15 minutos. En la isla de Vulcano, subieron hasta la caldera de otro volcán que emite gran cantidad de fumarolas. Otra etapa del viaje se desarrolló en Lípári, la isla más importante del archipiélago, donde pescaron el calamar de potera durante la noche y realizaron una espectacular ruta en bicicleta. En la Isla de Salina, escenario de la película 'El cartero y Pablo Neruda', ambos asistieron a las celebraciones locales del día de San Giuseppe.
- Calleja visitó Estados Unidos con Sergio Boixo, un científico leonés responsable del proyecto con el que Google ha construido el primer ordenador cuántico. Juntos recorrieron las instalaciones de Google y mostraron esta tecnología de vanguardia, donde Sergio habló sobre lo que contribuiría el ordenador cuántico a crear formas de energía más eficientes y sostenibles. La expedición acabó en el Parque Nacional de Joshua Tree, donde Sergio tuvo que enfrentarse a su primera escalada en roca.
- Con el actor Pablo Chiapella visitaron Calakmul, uno de los mayores asentamientos mayas, con 60 kilómetros de extensión, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco en 2002. Tras un recorrido por una selva poblada por cientos de especies animales, llegaron al asentamiento maya y subieron a la Estructura II, una de las pirámides mayas más altas del mundo. También pudieron comprobar las consecuencias que el cambio climático trajo a las costas de la zona invadidas por el sargazo, un alga que debido al incremento de la temperatura de los mares está poniendo en peligro las playas mexicanas; de la mano de una bióloga marina, conocieron el problema y sus posibles soluciones.
- El programa especial de Planeta Calleja, en el prime time del 2 de octubre de 2020, fue un adelanto de su nueva temporada y tuvo al médico epidemiólogo y portavoz del Ministerio de Sanidad en la lucha contra la pandemia generada por la Covid19 en España, Fernando Simón, como protagonista. El programa combinó temas relacionados con la pandemia con un recorrido por bellos parajes naturales de las Islas Baleares, donde accedieron a Ses Llàgrimes, una cueva a la que se accede buceando a través de un sifón de dos metros de longitud y que atesora en su interior impresionantes formaciones rocosas milenarias en perfecto estado; bucearon en las aguas de la Isla del Toro, viendo de cerca morenas, barracudas, dentones y meros; escalaron la Aguja de Cala Bóquer, una pared de 70 metros, junto a los hermanos Iker y Eneko Pou, dos de los mejores escaladores del mundo y en Sant Llorenç de Cardassar, visitaron a Miquel Montoro, un youtuber de 14 años que se hizo viral con sus videos sobre las cosas del campo y las famosas 'pilotas' (albóndigas) de su madre.

EN EL PUNTO DE MIRA

El programa dedicó dos emisiones a temas relacionados con el medio ambiente: una de ellas estuvo dedicada a la España en extinción, la España vaciada, donde en los últimos 20 años, algunos municipios españoles han perdido prácticamente a todos sus habitantes. Casi 2.000 localidades a punto de desaparecer ante la falta de habitantes, los escasos nacimientos, los mínimos servicios y por culpa de unas posibilidades laborales que escasean. El programa investigó este fenómeno, mostrando los casos de municipios españoles en situación crítica y las soluciones que se plantean para frenar este cambio demográfico. El segundo reportaje investigó a los animales que llegaron a las ciudades, alterando el entorno.

VOLANDO VOY

El objetivo de la sexta temporada del programa fue impulsar la repoblación rural: tras el confinamiento, en un momento en el que muchas personas miran al campo y a los pueblos con ganas de vivir lejos de las grandes ciudades. 'Volando Voy' puso en valor las oportunidades que ofrece el entorno rural para aquellos que piensan en un cambio de vida. Los enclaves elegidos fueron el Valle de Laciana (León), los Valles Pasiegos (Cantabria), los Arribes del Duero (Zamora) y la Alpujarra (Granada).

«Mzungu: Operación Congo»

Serie documental en la que José Antonio Ruiz Díez relata las vicisitudes de construir un centro escolar en una peligrosa aldea del este de la República Democrática del Congo y llevar a cabo una grabación al respecto, donde la corrupción local supuso en riesgo no sólo para el proyecto, sino también para la integridad física del equipo.

- Convivencia en la selva con miembros de una tribu de pigmeos, con quienes compartieron su ancestral modo de vida.
- Visita al fascinante volcán en activo de Nyiragongo y a los gorilas de montaña.

CUARTO MILENIO

El programa destaca por abordar una gran variedad de temáticas, habitualmente relacionadas con el mundo del misterio y los enigmas, pero también ha abordado temas vinculados con el medio ambiente.

- Descubrimiento de científicos israelíes sobre la producción de sonidos ultrasónicos por parte de algunos vegetales, detectables a varios metros. El naturalista Álex Lachhein explicó en plató el "posible lenguaje" de las plantas, su sensibilidad y la importancia de cuidar del medio vegetal para la continuación de la especie humana.
- La detección, por parte de un equipo de astrónomos de Europa y EE.UU, de fosfina en la atmósfera de Venus, analizando de las implicaciones y la importancia de este descubrimiento.
- Para abordar las implicaciones que podría acarrear la existencia de un océano subterráneo de agua líquida en Encelado, una de las lunas de Saturno, el programa invitó a Mar Gomez, doctora en Físicas y meteorología.

QUIJOTES DEL SIGLO XXI

En uno de sus episodios, el programa dio voz a la historia de Beltrán y la batalla que lleva para la conservación y recuperación del Parque Nacional de Doñana: su ecosistema se está muriendo con los pozos ilegales que roban sus aguas subterráneas, el parque se seca y las aves desaparecen. Por su parte, Beltrán reconstruye humedales por su cuenta y localiza y denuncia los pozos que secan el parque.

EL PROGRAMA DE ANA ROSA

A lo largo de 2020 el programa sirvió de altavoz a distintas causas relacionadas con el medio ambiente.

- La lucha del sector agrícola español por la defensa de su modo de vida y producción para garantizar la subsistencia y futuro del campo marcó los primeros meses del año con reportajes, conexiones en directo, entrevistas a los protagonistas de un sector económico tan relevante.
- En la sección de política se abordó el tema de la batalla de las grandes ciudades contra la contaminación.
- Se hizo eco de un estudio de una científica del Campus de Gandía de la UPV que sostiene que en las desembocaduras del Serpis y el Júcar hay una elevada concentración de microplásticos, que pueden entrar en la cadena alimentaria.
- El “Chernóbil de Madrid” se encuentra en el río Guadarrama, zona protegida como parque regional, convertida en vertedero.
- Impacto del boom inmobiliario y el auge de construcción de viviendas en determinadas zonas y el impacto que pueden tener sobre el ecosistema y el medio ambiente de la zona.

CAMPAÑA #STOPBASURALEZA

Mediaset España puso en marcha, a través de sus canales y programas, la campaña #StopBasuraleza, junto al Proyecto ‘LIBERA, unidos contra la basuraleza’, iniciativa promovida por la ONG SEO/Birdlife en colaboración con Ecoembes.

La iniciativa, liderada por Isabel Jiménez y Santi Millán, dos comunicadores de Mediaset España especialmente comprometidos con la causa medioambiental, pretendió sensibilizar y movilizar a la ciudadanía para mantener los espacios naturales libres de todo tipo de residuos, evitando de este modo un efecto nocivo para la salud de los espacios naturales y los seres vivos además del paliar el impacto estético y alteraciones en la naturaleza. Además, apeló tanto a la responsabilidad social como al papel activo de cada individuo para sumarse a los ‘Héroes LIBERA’, que emprenden diferentes acciones de lucha contra la basuraleza.

Los **informativos** de Mediaset España han continuado en 2020 su labor de información, sirviendo de altavoz para concienciar a la audiencia sobre la problemática ambiental y sensibilizar en la adopción de hábitos más sostenibles.

HORA DEL PLANETA

En 2020, con un planeta en emergencia sanitaria y bajo el lema «Apaga la luz. Todo irá bien», la ONG Fondo Mundial para la Naturaleza pide colaborar con ese pequeño gesto para luchar contra el cambio climático.

DÍA INTERNACIONAL DE LA MADRE TIERRA

La Tierra celebra su mejor día en décadas, porque nuestra ausencia debido al confinamiento le ha dado un nuevo aire al planeta. Aire limpio y sin humos en ciudades que solían estar opacas por una capa de contaminación. Los activistas quieren recordarnos que la emergencia climática sigue presente y que nuestro hogar, nuestro planeta, está en llamas.

DÍA MUNDIAL DEL MEDIOAMBIENTE

Bajo el lema «La hora de la naturaleza» se celebra este día. Desde Naciones Unidas piden a todas personas, escuchar los mensajes que manda el planeta, donde la drástica reducción de la movilidad provocada por la pandemia se provocado una caída en la emisión de gases de efecto invernadero del 32% en España y un 17% en el mundo con respecto a 2019, pero los expertos advierten que la vuelta a la normalidad dispararán nuevamente los niveles de contaminación.

DÍA MUNDIAL DE LOS OCÉANOS

En su día, se reivindica la necesidad de proteger los océanos, especialmente amenazados por los residuos, a los que últimamente se suman la cantidad de mascarillas y guantes que van a parar al fondo marino.

DÍA INTERNACIONAL CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

El calentamiento del planeta continúa: el mes de septiembre pasado fue el más caluroso de la historia, con temperaturas de hasta 40 grados en Siberia. 2020 era un año clave; en la cumbre de Glasgow se hubieran tomado medidas ambiciosas para frenar el ascenso de las temperaturas, pero la pandemia ha retrasado la cumbre hasta 2021. Este día es un buen momento para reflexionar sobre las consecuencias del calentamiento global y proponer soluciones.

CONTAMINACIÓN

- La contaminación mata- según la OMS, una de cada 8 muertes en el mundo tiene que ver con la polución; en España, es la causa de entre 10 mil y 20 mil fallecimientos. El estudio más ambicioso realizado en 600 países relaciona directamente el aumento de las partículas contaminantes con el aumento de muertes (4 más cada día).
- Una boina de contaminación cubre Granada, que junto a Madrid y Barcelona, son ciudades que presentan mayores problemas de contaminación.
- Madrid amanece bajo una boina de contaminación, obligando al Ayuntamiento a aplicar el escenario 1 del protocolo anticontaminación.
- Barcelona declara la emergencia climática en la ciudad y exige medidas en firme para luchar contra la contaminación. Para ello pretenden reducir la movilidad en coche privado, fomentar la energía solar en los edificios y reducir la contaminación acústica entre otros.

- La pandemia por COVID-19 ha provocado la restricción de los movimientos de los ciudadanos y eso ha tenido reflejo directo sobre la contaminación: las emisiones de gases contaminantes caen a niveles históricos en Madrid, en Barcelona, en París o en Milán, donde se reducen las concentraciones de dióxido de nitrógeno a consecuencia del parón en la actividad productiva
- GREEN DEAL- Europa propone un «Green Deal» o Acuerdo Verde Europeo para la recuperación económica, donde la clave pasa por la transición ecológica y las ayudas a los países quedarían supeditadas al cambio en el modelo hacia una economía sostenible y eficiente en el uso de los recursos
- Con la “nueva normalidad” las grandes urbes vuelven a acusar los efectos del tráfico y la actividad económica, según alerta la ONU

RESIDUOS

- Océanos de plástico- allí donde no llega la luz llegan los plásticos, material intruso que permanece a mil metros de profundidad. En las campañas de limpieza ciudadana de playas se encuentran envase de hasta hace 52 años que aún no se han descompuesto; plástico que entra en la cadena alimentaria humana. Según WWF, cada año se vierten 100 millones de toneladas de estos residuos de plásticos, 10 millones llegan al mar
- Corales revestidos de un plástico que se convierte en falso alimento para las especies, mares que se convierten en trampas mortales para especies marinas.
- El Mar Menor- asociaciones ecologistas denuncian la presencia de un conjunto de microorganismos denominados fitoplacton.
- Cada año se generan en Europa unos 25 millones de toneladas de residuos de plástico. España es el cuarto país de la Unión Europea productor de envases de este material y actualmente sólo se recicla en torno a un 40%. Darle nuevas utilidades es uno de los objetivos de esta planta de Chiva, que consigue obtener una escama a la que se puede dar multitud de usos, entre otros, textil.
- Las mascarillas y los guantes de plástico que se utilizan para evitar el contagio de la COVID19 pueden convertirse en la nueva pandemia de los océanos, ya que muchos acaban tirados en la vía pública o las playas, un descuido que puede hacer que vuelen directamente al mar. Las mascarillas van al contenedor gris, como nos recuerda la campaña del Ministerio de los Ministerios de Transición ecológica y el de Consumo.
- Primer anteproyecto de ley que limita los plásticos de un solo uso y dice adiós a las pajitas, a los bastoncillos o a los platos y la cubertería desechables, que estarán prohibidos en España a partir del 3 de julio de 2021.
- Con motivo del Día de las Playas se organizan recogidas de basura en las costas para concienciar de la necesidad de cuidar el medio ambiente. La Reina Sofía ha participado en una de ellas.
- Vertedero en el Río Guadarrama: montones de chatarra y basura invaden las márgenes del río Guadarrama, un parque natural protegido convertido en un auténtico vertedero ilegal.
- Escombrera Zaldivar: el trágico derrumbe del vertedero deja al descubierto también la amenaza del amianto, activando la alarma por contaminación.
- La comisión europea ha llamado la atención a España por cerca de 60 vertederos que no cumplen las normas, y ya ha habido multas.
- Iniciativa solidaria de Ecoembes: nuestro reciclaje puede ayudar a las familias más necesitadas. A través de este sistema solidario implantado en distintas CCAA, se consiguen puntos que pueden transformarse en alimentos para las ONG.

FAUNA

- El planeta pide auxilio y la última señal de socorro es demoledora: en menos de 50 años ha desaparecido el 68% de la fauna salvaje de la Tierra, según datos ofrecidos en un informe de Word Wildlife Fund (WWF).
- Las ciudades, desiertas por las restricciones de movilidad, atraen a nuevos viandantes: pavos reales caminando por las calles solitarias de Madrid, cabras corriendo por la plaza de Albacete, jabalí que explora el paseo marítimo de Málaga, etc.
- Conocido como el corazón de Bolivia, el Valle de Zongo esconde secretos hasta ahora desconocidos en el mundo. En lo alto de esas montañas escarpadas, los investigadores descubren hasta 20 nuevas especies de flora y fauna.
- El aire más limpio por el confinamiento humano está provocando el resurgimiento de un insecto de vital importancia para los ecosistemas: las abejas, cuya desaparición afectaría a la seguridad alimentaria de 7500 millones de personas.
- Plaga de langostas que arrasan toda la vegetación y cultivos a su paso, capaces de devorar en un día lo que consumen 35 mil personas en el mismo período. Una amenaza sin precedentes para la seguridad alimentaria. La población de langostas se ha multiplicado por 8mil en menos de un año, según indican los expertos debido a la sucesión de varios efectos climatológicos.

CAMBIO CLIMÁTICO

- De Reino Unido a Italia, Holanda, Francia, Portugal o España se derriten bajo una ola de calor en la que se han registrado temperaturas por encima de los 40 grados; en Bangladesh, sufren el peor monzón de las últimas dos décadas.
- La borrasca Alex causa estragos debido a las inundaciones, tanto en el sureste de Francia como en la región del Piamonte; «La Niña» deja en Camboya inundaciones que afectan a más de 245.000 personas; el huracán ETA, implacable a su paso por Centroamérica deja devastación; la tremenda fuerza de varios tornados y tormentas han golpeado así Nueva York, y así numerosos
- Un enorme iceberg del tamaño de la isla de la Gomera se ha desprendido de la Antártida, fragmentado en numerosos bloques que flotan a la deriva en el océano.
- El Mont Blanc, en los Alpes franceses, se descongela a pasos agigantados. Si no se frena el calentamiento global, a finales de este siglo habrá perdido el ochenta por ciento de su superficie.
- Para evitar que el Presena, glaciar situado al norte de Italia, se derrita ante la llegada del verano, cada año lo cubren de telas que permiten mantener la temperatura del hielo. Desde hace más de 20 años este glaciar no para de derretirse y ya ha perdido casi un tercio de su volumen.
- En mitad del Ártico un hombre transporta una caja de gran valor: contiene semillas que se almacenan en la Bóveda global, una instalación construida en una isla a medio camino entre Noruega y el polo norte para proteger los cultivos vitales de todo el mundo ante un posible desastre mundial.
- El deshielo ártico y la falta de alimentos ha convertido en habituales las excusiones de osos polares a zonas habitadas.
- La muerte masiva de elefantes en Botsuana se debe a una cianobacteria que se encuentra en el agua y que, con el aumento de temperaturas, genera toxinas.
- Los incendios que asolan Australia dejan a su paso la desolación y destrucción de fauna y flora en una muy amplia extensión del territorio, provocando una situación extrema e irreversible. Una catástrofe natural que está causando graves problemas para la salud en Sydney, donde el humo ha cubierto la ciudad, disparando el máximo permitido los niveles de contaminación. Los expertos aseguran que se trata de una nueva generación de incendios forestales, con mayor capacidad de destrucción debido al cambio climático.
- Incendios que se propagan dejando una nube de humo que cubre más de mil kilómetros del estado de California en Estados Unidos, la prensa habla de «apocalipsis climático».
- El Amazonas vuelve a arder en llamas, poniendo nuevamente en peligro el pulmón del mundo en Brasil.

MODA SOSTENIBLE

Mientras la Semana de la Moda de Nueva York exhibe la opulencia, hay otros diseñadores que apuestan por tejidos reciclados, defendiendo una moda sostenible, creativa y saludable para el planeta, en un intento por frenar el impacto de la industria textil, la segunda más contaminante.

Las **plataformas digitales** del Grupo Mediaset también han servido de altavoz para la difusión de temas de índole social y ambiental .

MEDIO AMBIENTE/ CAMBIO CLIMÁTICO

Día Internacional de la Tierra

- Día Internacional de la Tierra, con la contaminación en mínimos históricos por el aislamiento

Día Internacional del medio ambiente

- Bajo el lema «La hora de la naturaleza» se celebra hoy el Día Mundial del Medioambiente
- Ignacio Dean unió nadando 5 continentes y recorrió el mundo a pie: «El planeta nos está devolviendo su estrés»

Día Mundial de los Océanos

- Pescadores de basura: sacan del mar 152 toneladas de basura para reciclar

Día Internacional de la preservación de la capa de ozono

- Preocupación entre los científicos: los niveles de ozono sobre el Ártico alcanzan su mínimo histórico
- Se ensancha el agujero de ozono sobre la Antártida: los factores que lo están favoreciendo

Día Internacional libre de bolsas de plástico

- El miedo al coronavirus dispara el uso de las bolsas de plástico:

CONTAMINACIÓN

- El aire más limpio del mundo está sobre el Océano Antártico
- El aumento de los niveles de dióxido de carbono podría provocar el «apocalipsis de los insectos»
- La NASA estudia la relación entre el medio ambiente y la COVID, incendios forestales, contaminación y otros
- Más letal que el coronavirus: la contaminación mata a cuatro millones de personas al año

CAMBIO CLIMÁTICO

- Sir David Attenborough: «Nos enfrentamos a la posibilidad real de una sexta extinción masiva»
- El contundente mensaje Greta Thunberg: «Los jóvenes traemos el cambio y nos silencian por miedo»
- Cumbre de Biodiversidad: «La emergencia climática amenaza nuestra supervivencia como especie»
- El hielo de la Antártida no ha estado intacto millones de años
- Las estatuas se funden: lo último para concienciar sobre el cambio climático
- El cambio climático en la profundidad del océano podrá ser siete veces más rápido en la segunda mitad del siglo
- África se está dividiendo lentamente en dos: se creará un nuevo océano, según los científicos
- El misterio de los océanos terrestres parece estar resuelto finalmente
- El océano Atlántico está experimentando un cambio no visto en 10.000 años
- Septiembre de 2020: el más cálido de la Tierra
- La Tierra sobrepasa su capacidad natural para regenerar los recursos en un año
- ¿Es cierto que el Sáhara podría volver a ser verde?
- Mega incendios climáticos: los nuevos desastres climáticos a causa del calentamiento global
- Miedo a nuevas inundaciones: los pueblos costeros de España más expuestos a temporales como Gloria
- El fuego en el Pantanal brasileño amenaza el mayor humedal del mundo
- Los incendios zombies amenazan el Ártico
- Adiós al humedal del Daimiel: la sequía «crónica» lo está secando del todo
- Baños de bosque: árboles que curan emociones y sentidos
- Consiguen transformar agua del mar en agua potable segura para beber
- «Por un futuro con agua»: Mediaset se une a la campaña para concienciar del derroche de agua

RESIDUOS

- Distinguir los símbolos es fundamental para un correcto reciclaje:
- Plástico soluble y no tóxico para la naturaleza: el invento ecológico de una empresa valenciana
- Los 10 objetos de plástico más contaminantes que se recogen en las playas
- Encuentran en una playa de Alicante una bolsa de patatas de hace 22 años
- Encuentran plástico en los tejidos y órganos humanos, incluido el cerebro
- Encuentran plástico dentro del pescado más consumido del Mediterráneo
- Envases de un solo uso: la lucha contra el coronavirus provoca un tsunami de plástico
- La pandemia contra el medioambiente: ya empiezan a verse guantes y mascarillas en los mares

IGUALDAD DE GÉNERO

- España no alcanzaría la igualdad salarial hasta el 2046: los planes del Gobierno frente a esta lacra
- «Estoy encerrada en casa con él»: la situación de la violencia de género en cuarentena por coronavirus
- En el trabajo, en las redes sociales o en la calle: «Hemos sido discriminadas por ser mujer»
- Kathy Sullivan vuelve a hacer historia: es la primera mujer en llegar al punto más profundo del océano
- Roy Galán explica el concepto de nuevas masculinidades: «La idea tradicional del hombre es un fracaso»
- Una carta de Lego a los padres de 1970 sobre educar en la igualdad que resulta necesaria hoy
- Challenge accepted, el movimiento en blanco y negro que reivindica la sororidad en Instagram
- Demet Özdemir alza su voz contra la violencia machista en Turquía: «No me gustan los hombres fuertes que someten a la mujer»
- Frases feministas de las vips para inspirarte en el Día Internacional de la Mujer

DIVERSIDAD

- Cuando el diagnóstico llega décadas tarde: «Tengo 46 y acabo de saber que sufro TDAH»
- Cuarentena con un adolescente TDAH
- Roscón, el hijo de Samantha Vallejo-Nágera con síndrome de Down que le ha cambiado la vida: «Es lo máximo»
- Síndrome de Edwards: qué es, por qué se produce y cuál es su tratamiento
- Los políticos reivindican la diversidad sexual y los derechos del colectivo en el día del Orgullo LGTBI
- Elsa Ruiz explica el significado de «terf»: «Excluir a las mujeres trans del feminismo está muy mal»
- Día Internacional del Orgullo LGTBI: seis jóvenes orgullosos comparten su historia
- Ellas defienden la Visibilidad Lésbica
- Día contra la lgtbifobia: para tener un futuro mejor es necesario hacer memoria
- De Shiloh Jolie a Violeta Vidal: cuando los 'hijos de' marcan hitos para los niños trans

GESTIÓN DEL BIENESTAR Y PROTECCIÓN DE MENORES

En los programas de actualidad, como “El programa de Ana Rosa”, “Ya es mediodía”, “Cuatro al día” o magazines que incluyen secciones de actualidad como “Viva la vida”, se vigila de manera especial cualquier contenido relativo a menores y a las consecuencias que su aparición pueda acarrearles. También se pone especial énfasis a la hora de preservar la identidad y los datos que puedan afectar a su integridad o a la de otras personas relacionadas. En ese sentido, en muchos de ellos se trabaja con programas de edición digital (X-Cloud) con el fin de mejorar y optimizar los recursos audiovisuales; unos medios que permiten directamente al redactor usar herramientas como tapar la cara a menores para proteger su identidad, ocultar matrículas, o distorsionar voces, sin tener que pasar por cabinas de edición.

Es línea editorial de “Ya es Mediodía”, el proteger la identidad de los menores implicados en sucesos o temas violentos, pero no por ello dejar de denunciar el caso.

En “Samanta y la vida de...”, para proteger la dignidad, y evitar las situaciones de estrés, desde el departamento de contenidos, dirección y subdirección, se trabajó junto con los protagonistas, sus representantes y sus familiares, con el objetivo de crear un ambiente de confianza mutua que permitió llevar a cabo las grabaciones sin ningún estrés, ansiedad o situaciones límites para las personas involucradas. Gracias a ello, el equipo recibió muy buen feedback por parte de todos los protagonistas, quienes destacaron el tacto con el que se trataron todos los temas personales y familiares.

En “Acosados” la psicóloga Cristina Peralvo participó en los programas para explicar qué supone a nivel psicológico el acoso recibido por los protagonistas del programa (y ratificado por los tribunales). Los participantes relataron que necesitaron tratamiento psicológico durante el tiempo que duró el acoso y para evitar su exposición respecto a las experiencias que vivieron, el programa optó por realizar reconstrucciones ficcionadas de los hechos denunciados. Además, para proteger las historias de los protagonistas, no se desvelaron los sitios exactos donde se produjeron los hechos, en materia de protección de menores, al ser un programa donde se relatan experiencias muy duras, sobre todo en el terreno del acoso sexual, se decidió su calificación para mayores de 16 años a la hora de su emisión.

En Sálvame Diario, con el apoyo de la coach Cristina Soria se cuidó el estado emocional de los colaboradores, quienes recibieron su asesoramiento para enfrentar momentos difíciles, tanto personales como profesionales.

La sección «Una preguntita, doctor» dirigida por el doctor Jesús Sánchez Martos, ha promovido y abordado medidas de prevención contra la COVID 19, aspectos médicos y dudas de los espectadores.

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

ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS

Ofrecer contenidos accesibles forma parte del compromiso de Mediaset España de hacer compañía a la ciudadanía a través del entretenimiento. Por ello, año tras año mantiene 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.

El 76% de la subtitulación se produjo entre las 7 y las 24h.
 Programas en directo 5.960 hrs. subtulado.
 22% Informativos.
 77% Entretenimiento, magazines y actualidad

Horas de contenido en lengua de signos

Telecinco	114
Cuatro	452
FDI	111
Boing	133
Energy	256
Divinity	141
Bemad	251
Total	1.458

Horas de contenido subtulado 2020

Telecinco	6.705
Cuatro	6.010
FDI	6.011
Boing	6.686
Energy	6.560
Divinity	5.798
Bemad	6.811
Total	44.581

Horas de contenido con audiodescripción

Telecinco	114
Cuatro	452
FDI	922
Boing	133
Energy	256
Divinity	141
Bemad	247
Total	2.265

Horas de contenidos accesibles emitidos en 2020

	ANIMACIÓN	CINE	CONCURSOS	DATING	DEPORTES	DOCUMENTALES	DOCU-REALITY	ESPECIALES	EVENTOS DEPORTIVOS	GALAS	INFORMATIVOS	MAGAZINES	MUSICALES	REALITY-SHOW	REPORTAJES	SERIES	TALK-SHOW	ZAPPING
SUBITULADO	6.313	2.167	1.439	437	113	3	7.840	18	66	6	1.170	4.422	1.272	529	632	16.541	554	1.055
AUDIODESCRIPCIÓN	133						434									810		887
LENGUA DE SIGNOS	133						437											887

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.

Espacios publicitarios cedidos en 2020 (miles€)

Telecinco	20.684
Boing	2.143
Cuatro	12.693
Divinity	
Energy	
BEMAD	4.835
FDF	
Total	40.355

CAMPAÑAS APOYADAS EN 2020

ACCION CONTRA EL HAMBRE	€ 407
AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS	€264
AUTOCONTROL	€740
FUNDACIÓN AYUDA CONTRA LA DROGADICCIÓN	€1.220
FUNDACIÓN REINA SOFIA	€1.275
FUNDACION HELP	€1.057
FUNDACION QUERER	€299
JUEGOTERAPIA	€162
PROMARCA	€913
Mediaset España- Segundo dividendo digital	€1.061
Plataforma ONG Acción Social	€191
ASOCIACIÓN SINDROME DE DOWN	€99
12 MESES "Eres perfecto para otros"	€437
12 MESES "Jugueteamos"	€2.125
12 MESES "Comparte y recicla"	€1.122

En un año tan especial como 2020 debido al azote de la pandemia por la COVID 19, Mediaset España aportó su granito de arena y su hacer responsable cediendo espacios publicitarios valorados en casi 29 millones de euros a distintas campañas informativas, de concienciación y de sensibilización relacionadas con la COVID 19.

MEDIASET ESPAÑA	€2.660
COMUNIDAD DE MADRID	€804
ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD	€476
GOBIERNO DE ESPAÑA	€15.391
12 MESES "DE BALCÓN A BALCÓN"	€2.172
12 MESES "VOLVEREMOS"	€7.478

CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

12 Meses lleva más de 20 años en permanente evolución para atender las cambiantes necesidades de sensibilización social de sus espectadores, con una mecánica de comunicación que le ha permitido adaptarse en pocos días a la crisis generada por la COVID 19. Un día antes de que se decretara el estado de alarma en marzo, Mediaset España se adelantó al resto de medios de comunicación lanzando un spot de atención sobre los cuidados imprescindibles. Para esa primera respuesta pudo apelar a los lenguajes ya creados con los espectadores en anteriores campañas de gran reconocimiento y así habló de valentía, generosidad y solidaridad ante la necesidad de adoptar urgentes medidas de precaución frente a los contagios.

De marzo a junio 12 Meses emitió hasta 30 spots diferentes en antena, con una estética agradable y cercana que aprovecha la animación para trasladar de forma sencilla una información muy útil para el espectador. Los recursos visuales, la música utilizada y una locución infantil se encaminaron a buscar la complicidad del espectador y a infundirle esperanza y positividad ante tan grave y complicada situación de alcance mundial.

12 Meses lanzó la campaña “Muchos pueden curar, pero todos podemos prevenir” que apelaba al sentido de responsabilidad de los ciudadanos para extremar las precauciones ante los contagios. El copy del spot puso el foco en la importancia de seguir las normas decretadas por el Ministerio de Sanidad para frenar los contagios, mostrando estas acciones como un símbolo de valentía, solidaridad y generosidad, con consejos básicos y sencillos al alcance de todos que actualmente guardan toda su vigencia: lavado de manos, uso de mascarillas, disminución de la actividad social.

El 17 de marzo Mediaset España reforzó la iniciativa de 12 Meses con la nueva pieza “¡Gracias por quedarte en casa!” como señal de gratitud a todos los espectadores que, siguiendo las recomendaciones, permanecían en sus hogares para frenar el avance de la enfermedad. Además, es un reconocimiento público a los sanitarios por la labor encomiable que desarrollaron desde el inicio de la crisis sanitaria.

A partir del 24 de marzo 12 Meses fue más allá y propuso una iniciativa participativa a los espectadores para que, desde casa y a través de las redes sociales, pudieran realizar su aportación como miembros de la sociedad. Con “De balcón a balcón”, Mediaset España ofrecía su particular ventana de la televisión y las redes para mostrar las iniciativas solidarias surgidas durante el confinamiento. En todos los canales de Mediaset España se emitieron 18 spots participativos, con los espectadores como protagonistas, enseñando actividades desde sus casas para que otros, desde las suyas, las pudiesen emular. Se trataba de invitar a tejer un entramado social que sirviera de referencia para las personas que habían comenzado iniciativas propias, pero también para aquellas que en sus hogares sentían soledad, desesperación o miedo.

Durante el mes de mayo, siguiendo la misma estética de la campaña, los esfuerzos se centraron en facilitar al espectador pequeños consejos para su día a día siguiendo siempre las recomendaciones del Ministerio de Sanidad. Así se emitieron ocho spots diferentes bajo el claim “Juntos avanzamos seguros” con consejos sobre la utilización de mascarillas, posteriormente indicadas como obligatorias, sobre la forma segura de saludar a familiares y amigos, sobre la actitud en el entorno laboral o sobre el lugar correcto para desechar los guantes y las mascarillas.

En el afán por motivar a los espectadores a salir adelante e infundir un sentimiento de positividad en una situación tan complicada, se lanzó a continuación la campaña “12 Meses Volveremos”. El mensaje apelaba a una normalidad en la que si algo se había aprendido es que nada se propaga más rápido que el valor y no hay nada más contagioso que la solidaridad. El claim de campaña “Más unidos que nunca volveremos” es un mensaje esperanzador hacia esa nueva normalidad deseada por todos. El spot también rendía un sincero tributo a todas las personas que habían fallecido debido a la enfermedad.

12 Meses Eres perfecto para otros: un reconocimiento a los donantes y al personal sanitario

Además de las campañas orientadas a dar información sobre Covid 19 han sido otros temas los que se han abordado desde 12 Meses durante este año.

Coincidiendo con la celebración del Día Mundial del donante de órganos y tejidos, 12 Meses lanzó el 6 de junio la campaña “12 Meses Eres perfecto para Otros” en colaboración con la Organización Nacional de Trasplantes. Desde 2012, fecha en la que se realizó la primera campaña con este organismo, han sido muchas las iniciativas de 12 Meses orientadas al fomento de la donación de órganos. El objetivo perseguido por la nueva campaña fue doble: fomentar la donación de órganos pero también mostrar un reconocimiento público a la labor de los coordinadores de trasplantes y a los equipos que han hecho posible salvar hasta 6 vidas por donante en unas condiciones sanitarias sumamente adversas durante la pandemia.

Comparte y recicla: tus juguetes darán mucho juego

Los niños han demostrado durante los meses de confinamiento ser unos auténticos héroes. A sólo un día de cumplirse tres meses del Estado de Alarma, un tiempo aprovechado por los más pequeños de la casa para jugar con sus juguetes favoritos y descubrir cuáles habían caído ya en el olvido para su tiempo de ocio, 12 Meses se sumó a la iniciativa ‘Comparte y Recicla’, creada en colaboración de la Fundación Crecer Jugando, Fundación Seur y Fundación Ecotic. La campaña ponía en valor la importancia de dar una segunda vida a los juguetes que ya no se usan y que puedan seguir dando mucho juego para otros niños.

Se trató de una acción solidaria 360º que tenía como objetivo la recogida de juguetes para su posterior donación a organizaciones benéficas y que llegaran a niños y niñas en situación de vulnerabilidad en fechas navideñas. Los juguetes aptos para la reutilización se organizaron en un banco de juguetes, un centro especial de empleo en el que trabajan personas con discapacidad física e intelectual promoviendo así su integración laboral. Además, fue una acción sostenible porque aquellos juguetes que estaban en mal estado se reciclaron para darles una segunda vida con la consiguiente contribución a la protección del medio ambiente. Las ONG podían realizar la solicitud de esos juguetes a través de la web comparteyrecicla.com de cara a realizar su entrega en Navidad.

Gracias al llamamiento a la donación de juguetes realizado por 12 Meses en el año 2020 se batió un récord al alcanzar 220 toneladas (lo que supuso un aumento del 51% respecto al año anterior). Los juguetes se repartieron entre 60 ONG y llegaron a manos de 15.000 niños y niñas en riesgo de vulnerabilidad.

12 Meses Stop basuraleza: somos parte del problema pero también somos parte de la solución

12 Meses puso en marcha en el mes de octubre su campaña “Stop Basuraleza” para sensibilizar a los espectadores sobre el correcto desecho de la basura utilizando los contenedores específicos para ello. La campaña, desarrollada en colaboración de Proyecto LIBERA de Seo Birdlife y Ecoembes, se compuso de 2 spots y 4 cortinillas protagonizadas por Santi Millán e Isabel Jiménez, 2 de los prescriptores de Mediaset más comprometidos por el medio ambiente.

La basuraleza, los residuos que abandona el ser humano en la naturaleza, no solo es un problema estético sino un grave problema medioambiental ya que afecta a todos los seres vivos. Por eso es vital concienciar acerca de la importancia de hacer algo tan sencillo como no tirar nada al suelo. El mensaje es positivo y optimista porque el ser humano es parte del problema, pero también es parte de la solución.

Uno de los pilares fundamentales de la campaña puso el foco en los nuevos residuos generados a partir de la pandemia: la utilización masiva de guantes y mascarillas por parte de la población, productos que en su mayoría no pueden ser reutilizados. Desde 12 Meses y el Proyecto LIBERA, se pidió a la sociedad responsabilidad absoluta ante este nuevo residuo para que su destino sea la papelera de la calle o el contenedor de “resto” de los hogares y no el suelo de entornos urbanos, periurbanos o rurales, ya que podría convertirse en una nueva tipología de basuraleza (basura abandonada en la naturaleza) y generar un gran impacto contaminando los espacios naturales.

12 Meses Jugueteamos: ¿Conjugamos con juguetes este juego?

La crisis sanitaria provocada por la Covid-19 ha generado cambios sustantivos en los hábitos y estilos de vida de los jóvenes y niños. Un estudio del Observatorio del Juego Infantil y la Universidad Complutense de Madrid sobre el impacto de la pandemia en el ocio de los más pequeños durante los últimos meses, arroja como conclusión que éste es cada vez más individual, en espacios interiores reducidos y con un elevado incremento del uso de pantallas. Una realidad que merma el aprendizaje derivado de los roles del juego, la creatividad, la imaginación y la inteligencia emocional de las nuevas generaciones.

Al constatar esta preocupación, 12 Meses lanzó en octubre la campaña ‘Jugueteamos’ avalada por el Observatorio del Juego Infantil, que ponía foco en la importancia de velar por el juego para lograr un correcto desarrollo tanto emocional como intelectual de los niños. Jugar con juguetes estimula la curiosidad, el aprendizaje y el afán de conquista y superación personal. Ayuda a expresar sentimientos y fortalece el desarrollo intelectual y social de los pequeños de la casa. En el marco de esta campaña Mediaset España firmó a un manifiesto creado por la Fundación Crecer Jugando que reclama la declaración del 26 de abril como Día del Niño. La elección de la fecha se debe a que el 26 de abril es la fecha en la que los niños pudieron salir a la calle por primera vez durante el confinamiento.

Mujeres haciendo historia

En el marco de la celebración del Día de la Mujer, 12 Meses Mediaset España llevó a cabo una nueva edición de la campaña “Mujeres haciendo historia”. Esta iniciativa, desarrollada íntegramente para el entorno web y redes sociales, surgió con el objetivo de reconocer la labor de mujeres (nacionales e internacionales) que, a través de su profesión, hacen posible el camino hacia una sociedad más justa, equitativa e igualitaria.

Debido a la situación de crisis sanitaria iniciada en 2020 la campaña puso foco determinante en el ámbito de la ciencia, reconociendo el trabajo y la labor de mujeres tan importantes como las investigadoras y expertas en coronavirus Sonia Zúñiga o Isabel Sola Gurpegui, las doctoras chinas Margaret Chan y Tu Youyou, las bioquímicas Emmanuelle Charpentier y Elizabeth Blackburn, las biólogas Nuria Montserrat y Flora de Pablo, o la labor de científicas tan relevantes como Marie Curie, Rita Levi-Montalcini, María Blasco o Margarita del Val.

12 Meses Si hace daño no es amor

Coincidiendo con la celebración del Día Contra la Violencia de Género, 12 Meses Mediaset España lanzó la campaña “Si hace daño no es amor” desarrollada para el entorno web y redes sociales. El objetivo de los 4 spots que componían la iniciativa fue visibilizar actitudes de ciberacoso cometidas a través de las redes sociales. El menosprecio, control o el acoso digital son formas incipientes de violencia de género y es muy importante que las adolescentes sepan identificar estas señales para ponerles freno.

Los spots, que recreaban conversaciones entre parejas adolescentes en redes sociales con una estética y lenguaje juvenil, contribuían a identificar actitudes machistas con el fin de rechazarlas a tiempo porque si te hace daño, no es amor.

LANZAMIENTO DEL SELLO ‘VALOR MEDIASET’ PARA APOYAR A LAS MARCAS EN SUS ACCIONES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tras más de dos décadas de intensa experiencia en comunicación social a través de 12 Meses, Mediaset España puso en marcha en junio VALOR MEDIASET, nuevo sello corporativo creado para apoyar a las marcas en sus estrategias de responsabilidad corporativa. La primera campaña vinculada a esta nueva insignia de la compañía, presentada en un evento virtual coincidiendo con el Día Mundial del Medio Ambiente, fue #PorUnFuturoConAgua, de la mano de Finish, pionera en apostar por un proyecto vinculado al ahorro del agua como valor añadido al de sus propios productos.

Para promover y extender hábitos de uso responsable de este recurso natural, Mediaset España ofreció cobertura editorial con una sección exclusiva en las secciones de información meteorológica y con la prescripción de Jesús Calleja en distintas telepromociones en programas. La campaña contó también con la colaboración de National Geographic, Bosch y el Instituto de Diagnóstico Ambiental y Estudios del Agua del CSIC.

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 €	
Ingresos por servicios publicitarios	732.037€
Prestación de servicios	87.997€
Otros	5.929€
Ingresos de Activos Financieros	279€
Otros ingresos de explotación	10.684€
Valor económico generado	836.926€

Costes operativos	
Remuneraciones del personal	100.209€
Proveedores de aprovisionamientos	161.868€
Proveedores de servicios	154.576€
Impuestos, tributos y seguridad social	90.974€
Derechos audiovisuales	87.758€
Inversiones técnicas	8.811€
Donaciones	65€
Socios externos	2.266€
Gastos financieros	2.209€
Valor económico distribuido	608.736€
VALOR RETENIDO	228.191€

Nota: Valor generado, distribuido y retenido obtenido a partir de la cuenta de resultados consolidada del ejercicio 2020. No se ha considerado la contribución de la Compañía a través de la cesión gratuita de espacios publicitarios, que en 2020 se valoraron en 40.355 miles de €.

GESTIÓN DE LA HUELLA AMBIENTAL

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

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

Los riesgos y oportunidades asociados a los posibles impactos derivados del cambio climático existen y han sido integrados en el Sistema de Gestión de Riesgos del Grupo Mediaset, si bien, dada la actividad desarrollada y la gestión realizada, se ha conseguido minimizar el impacto a nivel estratégico, operativo y financiero. A su vez, Mediaset España mantiene un firme compromiso y concienciación en maximizar las oportunidades derivadas de una optimización en la gestión ambiental.

Por ello, 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. A su vez, desde hace unos años ha abordado medidas que le permitan reducir el impacto indirecto provocado por la actividad del negocio tales como los desplazamientos de la plantilla o los viajes de negocio.

Las principales instalaciones de la compañía, donde se concentra más del 94% 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

El principal consumo energético proviene del consumo de electricidad 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 se viene implementando desde hace varios años, un plan de sustitución por luminaria más eficiente y de menor consumo. En este sentido, en 2020 se sustituyeron 816 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 2020 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 443GJ y un coste de más de 29.000€.

INTENSIDAD ENERGÉTICA: 55.895 GJ (consumo eléctrico) /17.111 hr. grabación en estudios = **3,27 GJ/ HR GRABACIÓN**

EMISIONES DE GASES CONTAMINANTES

Mediaset España mide y gestiona las emisiones de gases de efecto invernadero producidas por el normal desarrollo de su actividad desde 2009.

Entre las acciones promovidas por el Grupo para reducir su huella ambiental se encuentra la contratación de energía eléctrica con Garantía de Origen, por la cual se avala que toda la electricidad consumida durante el año en las instalaciones proviene exclusivamente de fuentes 100% renovables, que respetan el medio ambiente y evitan las emisiones de CO₂ y otros gases contaminantes. En este sentido, 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 87% de la energía total consumida por el Grupo. De este modo, el Grupo contribuye a luchar contra los gases de efecto invernadero y otras emisiones contaminantes a la atmósfera, objetivo alcanzado y sostenido por el Grupo desde el año 2016.

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

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

En 2019 Mediaset España dio 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+, compromiso que ha mantenido en 2020. 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 2020 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 TnCO₂e 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.

TAPONES PARA UNA NUEVA VIDA®

Mediaset España en colaboración con la Fundación Seur, puso en marcha en 2017 la iniciativa solidaria TAPONES PARA UNA NUEVA VIDA®, que consiste en la recogida y entrega de tapones de plástico a una planta de reciclaje, con el fin de ayudar a niños con graves problemas de salud. Esta iniciativa pretende, por un lado, recoger los residuos de tapas plásticas generados y facilitar su reciclado, evitando así que terminen en un vertedero y por otro, contribuir con el tratamiento médico de niños. Desde sus inicios, el Grupo ha contribuido al reciclado de 656.035 tapas de plástico y evitado 1.969 Kg de CO₂e.

TAPONES RECICLADOS EN 2020	139.535
CO2 EVITADO 2020	419 KG

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 2020, nuevamente, créditos de carbono para absorber 600 toneladas de CO₂, 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

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.

Inventario de emisiones GEI (en toneladas de co₂ equivalente)

	2018	2019	2020
Alcance 1: Emisiones directas			
Equipos propios o controlados	294,11	275,61	355,9
Flota de vehículos	101,30	69,94	40,19
Climatización y recargas gases refrigerantes	125,77	179,67	194,69
Total			590,78
Alcance 2: Emisiones indirectas			
Market based ¹	0	0	0
Total			0
Notas			
(1) Mediaset España no tiene emisiones de alcance 2, ya que compra el 100% de su energía eléctrica con certificado de origen renovable.			
Alcance 3: Otras emisiones indirectas			

Viajes de negocios en transporte aéreo	364,81	495,62	174,54
Viajes de negocios en transporte ferroviario	21,64	9,49	2,56
Viajes de negocio transporte terrestre	464,43	259,03	249,22
Desplazamientos de plantilla in-itinere	1.204,68	1.557,34	412,3
Viajes de negocios- estancia en hoteles ³	188,97	51,5	10,13
Otras emisiones (upstream) ¹	90.613,60	35.979,19	30.550,67
Emisiones (downstream) ²	68.764,84	75.820,20	48.929,87
Total			80.329,29
Total Alcance 1+2+3			80.920,07

(1) 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 2020 han correspondido a las asociadas a las actividades de compra de bienes y servicios.

(2) Incluye las emisiones aguas abajo (downstream) 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 2020 aproximadamente un 53% de las emisiones de Alcance 3.

(3) Hasta 2018 se utilizaron los factores de emisión de CEDA para el cálculo de emisiones; desde 2019 se ha utilizado el factor de emisión de DEFRA.

INTENSIDAD EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO:

80.920,07 emisiones CO₂e / 61.4888 HR programación en 2020 = 1,32

Otras emisiones contaminantes (Tn)

	2018	2019	2020
SOx	0,037	0,013	0,0135
NOx	0,774	0,769	0,8695
Partículas	0,061	0,069	0,0675
CO	0,302	0,337	0,3694
COVNM	0,050	0,050	0,0533

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.

CONSUMO DE RECURSOS Y GENERACIÓN DE RESIDUOS

El consumo de recursos en 2020 descendió en términos generales en la mayoría de los casos, si bien es preciso tener presente la peculiaridad del año debido a la pandemia donde, por un lado el 66% de la plantilla estuvo en modalidad de teletrabajo desde mediados de marzo y, por otro, la actividad audiovisual no tuvo parón, los estudios de grabación y toda la actividad asociada se mantuvieron operativos durante todo el año, permitiendo acompañar y apoyar a la ciudadanía a través del entretenimiento.

Si bien las horas de grabación en estudios descendieron cerca de un 28% durante 2020, los consumos energéticos no disminuyeron en igual proporción mayoritariamente debido a que las instalaciones destinadas a la actividad de soporte mantuvieron determinados consumos mínimos imprescindibles para mantener la continuidad de las operaciones.

Por otra parte, los consumos directamente ligados a la actividad de oficina, tales como papel o tóner, experimentaron caídas del 50%, reflejo del impacto del teletrabajo sobre el consumo de recursos.

El incremento en el consumo de Gas Natural se debió a la puesta en marcha de una nueva caldera para calefacción.

A finales de 2019 se instalaron fuentes de agua en el comedor, con el objetivo de incentivar el menor consumo de bebidas embotelladas y su consiguiente residuo. En 2020 su consumo se redujo considerablemente: un 27% menos de bebidas en lata, un 46% menos de botellas de plástico y un 69% menos de bebidas en envase de vidrio. Todo ello supuso una reducción total en el consumo de bebidas embotelladas de 165.994 unidades. Si bien es cierto que el 66% de la plantilla ha estado en modalidad de teletrabajo y por ello, se deberá hacer un seguimiento de las tendencias de consumo para evaluar el impacto de esta medida, sostenido en el tiempo.

	2018	2019	2020	%
Agua (M3) ¹	25.327	28.723	21.866	-24%
Electricidad (GJ) ^{1,4}	59.133	61.458	55.755,09	-9%
Pilas/Baterías (KG) ¹	1.705	762	223,21	-71%
Discos (KG) ¹	157	989	786,96	-20%
Gasóleo (GJ) ¹	1.428,5	1.397	1.364,55	-4%
Gas Natural (GJ) ¹	5.674	5.311	6.888,60	30%
Papel (KG) ^{2,3}	20.175	19.609	9.754,66	-50%
Tóners (KG) ²	1.251	504,38	225,90	-55,2%

(1) Corresponde a las sedes de Fuencarral y Villaviciosa en Madrid, donde se concentra el 94% 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) Incluye la estimación de la electricidad generada por los paneles solares instalados.

RESIDUOS

Al igual que en años anteriores, la generación de residuos vino dada por el transcurso normal de la actividad, tanto de la actividad de producción audiovisual, como por la actividad de oficina, o el comedor para sus empleados. 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.

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.

	Tipo de residuo		2018	2019	2020	%
	Peligroso	No peligroso				
Residuos biosanitarios (kg)	•		74	76	105,85	40%
Lámparas y tubos fluorescentes (kg)	•		681	809	502,98	-38%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (kg)	•		16.940	4.480	3.039	-32%
Papel (kg)		•	71.404	62.003	36.536,48	-39%
Pilas/baterías (kg)	•		2.100	1.663	98	-94%
Tóner (Kg) ¹	•		1.251	676	376	-46%
Pinturas y aerosoles (kg)	•		0	2150	150	-34%
Acero y hierro (kg)		•	6.050	2.970	6.273	111%
Residuos sólidos urbanos - RSU (TN) ²		•	283	326	15,17	-95%
Discos y cintas(kg)		•	49.960	732	115	-84%
Compactadora (TN)		•		114	69,36	-39%
Aceite de cocina (kg)	•				195,5	
Líquido anticongelante (kg)	•				379	

GRABACIONES EN ENTORNOS NATURALES

PLANETA CALLEJA

Obtención de permisos para las grabaciones en Parques Nacionales y áreas de alta biodiversidad, donde se han seguido los protocolos establecidos ciertos protocolos relacionados entre otros, con la recogida de basuras o métodos de grabación, como por ejemplo la no utilización de drones en determinadas áreas restringidas.

VOLANDO VOY

Uso de botellas unipersonales de aluminio o acero inoxidable, para evitar el uso de plásticos, que incluso, se han rellenado directamente de fuentes cercanas a los lugares de grabación

MZUNGU: OPERACIÓN CONGO

En la construcción de la escuela se asumió voluntariamente el compromiso de utilizar solo los recursos necesarios y, siempre que fuera posible, naturales o artesanales. Por ejemplo, se utilizó agua de lluvia, la madera provino de los árboles cedidos por la comunidad para la construcción, los ladrillos fueron hechos de la arcilla del suelo de la zona, la arena se cogió del río. El uso de combustible fue para los transportes necesarios de los diversos materiales.

En la convivencia con los pigmeos, fueron conscientes del desafío ambiental que sufren, provocado por la deforestación (legal e ilegal), que no sólo desplaza a las comunidades, sino que, además, afecta enormemente a la biodiversidad.

SUPERVIVIENTES 2020

La aventura se desarrolló nuevamente en Honduras, en un archipiélago de cayos e islas que conforman un área protegida que se lleva a cabo desde 2006 integrando el cuidado y el respeto ambiental, cumpliendo estrictamente las normas establecidas por el Gobierno de Honduras.

Para su grabación se contó con dos equipos humanos separados por más de 8.000 kilómetros, con 200 personas desplazadas en Honduras, más de 20 cámaras, 4 de ellas subacuáticas, 2 drones, 3 helicópteros, una veintena de lanchas para los desplazamientos de los participantes y del equipo y más de 4.000 metros de fibra óptica así como diferentes puentes-radio para establecer las conexiones tanto entre los cayos y la costa continental de Honduras, como desde el país centroamericano y España.

- Diseño de un plan de medidas para garantizar la salud y la prevención de riesgos de los participantes y del equipo de producción, en colaboración de las autoridades hondureñas, a través del Ministerio de Turismo, el Ministerio de Seguridad, la Fundación Cayos Cochinos y las Fuerzas Aérea y Naval del país
- Reconocimientos médicos previos de todos los concursantes
- Convivencia con el ecosistema- los concursantes y el equipo del programa recibieron indicaciones sobre cómo actuar en la zona: cómo actuar en el caso de que algún animal se encuentre en las áreas de grabación, cómo balizar perimetralmente un nido de tortuga, cuáles son las especies protegidas, etc.
- Agua: es un bien escaso y por lo tanto, su uso está limitado. No hay afluentes naturales salvo un pequeño pozo que almacena agua de lluvia cuando el nivel freático lo permite. Para no hacer uso de dichos recursos, se transportó y almacenó en depósitos el agua necesaria para la higiene de concursantes y del equipo desplazado.
- Productos de higiene y limpieza: se emplearon productos ecológicos y biodegradables, aprobados por la Fundación que gestiona y cuida el área protegida. Cualquier acción que requiriera de otro tipo de productos se llevó a cabo en las instalaciones habilitadas en el hotel del continente.
- 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.
- Residuos: periódicamente se realizan limpiezas exhaustivas de las playas para retirar los desechos que arrastra el mar, los que se transportan al continente para su debida gestión.

QUIJOTES DEL SIGLO XXI

Grabaciones en Doñana, en la Reserva Natural de la Dehesa de Abajo y en la Finca Mimbrales, con autorización y acompañados de los responsables del entorno, reduciendo al mínimo el equipo humano desplazado a dichas zonas y con especial atención a la no intervención en el entorno.

MI CASA ES LA TUYA

Por primera vez, las entregas de la temporada se llevaron a cabo en parajes naturales de especial significado para los invitados que protagonizan cada edición.

- Parque de la Naturaleza de Cabárceno con Miguel Ángel Revilla- la grabación se llevó a cabo respetando en cada momento la vida natural de los animales que viven en semilibertad y cuidando el entorno de manera que no quedara el más mínimo residuo correspondiente al paso del equipo por la zona.

PREMIOS RECIBIDOS POR MEDIASET ESPAÑA EN 2020

- Premio **First Amendment Award** que anualmente concede la Asociación Española Eisenhower Fellowships a **Paolo Vasile**, consejero delegado de Mediaset España, en reconocimiento a "la labor informativa, independiente y libre de los medios que dirige, principalmente los canales de televisión Telecinco y Cuatro, así como a la transformación digital de ambos canales".
- Premio especial **Ramón del Corral** a los **informativos de Mediaset España** por la cobertura de la Covid 19.
- Premio '**Manuel Alonso Vicedo**' de comunicación a **Pedro Piqueras** por su "trayectoria, independencia y estilo profesional del veterano periodista, uno de los presentadores de informativos más prestigiosos de la televisión en España". Además, el jurado ha otorgado un premio especial a Tele Gerena por sus tres décadas de vida y "por el papel que ha jugado durante el confinamiento al servicio de la comunidad local".
- Premio de **Comunicación del Colegio de Odontólogos de Madrid** a **Silvia Asiain**, redactora de Informativos Telecinco por su reportaje sobre traumatismos dentales en reconocimiento del trabajo y el compromiso de los informativos de Mediaset España con todos los temas que afectan a la salud y en concreto a la salud oral.
- Premio '**8 de marzo**' que concede la consejería de la Mujer de la Comunidad de Madrid con motivo del Día Internacional de la Mujer a **Ana Rosa Quintana** en reconocimiento a la contribución de su trabajo a luchar por conseguir la igualdad entre mujeres y hombres.

- Premios **Aquí TV**
 - Al Mejor Actor: **Nacho Guerreros** por ‘Aquí no hay quien viva’ en Telecinco.
 - A la Mejor Presentadora: **Mónica Naranjo** por ‘La isla de las tentaciones’ en Telecinco y Cuatro.
 - Al Mejor Programa de Entretenimiento: ‘**Ven a cenar conmigo: Gourmet Edition**’ en Cuatro y Telecinco.
 - Al Mejor Programa de Actualidad: ‘**Todo es mentira**’ en Cuatro.
 - Al Mejor Magazine: ‘**Viva la vida**’ en Telecinco.
 - A la Mejor Cadena de TDT: **Factoría de Ficción**.

- Premios del **Festival de Ourense** en su XXV aniversario a ‘**La que se avecina**’ por ser la serie más longeva en España.

- Premio de la **Universidad Europea a Mediaset España** como Empresa Colaboradora ‘Challenge Based Learning’.

- Mediaset España ha obtenido la **certificación AENOR por sus protocolos y sistema de prevención frente a la COVID-19**, sello que avala la efectividad de los protocolos puestos en marcha por la compañía para garantizar la salud de las personas y la sostenibilidad de la actividad empresarial.

- Premio **Fotogramas de Plata** a la Mejor Actriz de Televisión a **Toni Acosta** por su papel en ‘Señoras del (h)AMPA’.

- Premio **Antena de Oro 2020** en la categoría de Televisión a **Ana Rosa Quintana y José Antonio Luque**.

- Premio ‘**Fundación Independiente**’ de Periodismo **Camilo José Cela** a **Ana Rosa Quintana** por “su dilatada y provechosa actividad profesional y su compromiso con la sociedad civil”.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

PLANTILLA

	2020	2019	2018
Plantilla media ⁽¹⁾	1.564,08	1558,5	1.267
Plantilla al final del periodo ⁽²⁾	1.555	1.551	1.258
Becarios ⁽³⁾	190	366	187
Alumnos en prácticas ⁽⁴⁾	34	77	80
Promedio de edad de la plantilla (años) ⁽⁵⁾	45,21	44,8	46,21
Proporción de empleo femenino	47,76%	48,30%	50,36%
Proporción de trabajadores con contrato indefinido ⁽⁶⁾	94,7%	94,1%	99,84%
Antigüedad media de la plantilla (años)	15,44	14,69	16,96

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual 2020. No incluye a trabajadores contratados por ETT, becarios y alumnos en prácticas.

(2) Corresponde a la suma del personal de estructura y coyuntural a 31 de diciembre de 2020.

(3) Dato total anual

(4) Dato total anual

(5) Calculada a 31 de diciembre de 2020.

(6) Corresponde al personal de estructura con contrato indefinido, a 31/12/20.

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	47	22	33	36	54	81	377	334	15	-	526	473
Publiespaña	18	11	8	9	-	-	36	101	1	-	63	121
Telecinco Cinema	3	1	-	1	-	-	1	2	-	-	4	4
Conecta 5	2	2	-	1	-	-	2	2	-	-	4	5
Mediterraneo	-	2	-	-	-	-	-	5	-	-	-	7
Megamedia	2	1	3	2	38	50	61	31	-	-	104	84
Supersport	1	-	2	2	26	8	13	11	-	-	42	21
Eldesmarque	1	1	2	-	34	5	4	-	-	-	41	6
Be a Lion	5	1	-	-	-	-	12	10	-	-	17	11
Total	79	41	48	51	152	144	506	500	16	-	801	736
Personal coyuntural	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mediaset España	-	-	-	-	-	-	4	4	-	-	4	4
Megamedia	-	-	-	-	-	-	4	4	-	-	4	4
Supersport	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	1	1
Total	-	-	-	-	-	-	9	9	-	-	9	9
Total general	79	41	48	51	152	144	515	509	16	-	810	745

*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	-	37	42	-	21	20
Jefes de departamento	-	22	26	-	25	26
Periodistas	35	95	22	16	111	19
Empleados	38	265	212	21	318	168
Operarios	-	12	4	-	-	-
Total	73	431	306	37	475	233

Distribución de la plantilla por tipo de contrato y edad

Tramo de edad	Indefinido			Temporal		
	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL
<30	48	25	73	25	12	37
30-50	410	457	867	21	18	39
>50	303	230	533	3	3	6
Total	761	712	1473	49	33	82

Distribución de la plantilla por tipo de contrato y categoría profesional

	2020				2019			
	Indefinido		Temporal		Indefinido		Temporal	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivos	79	41	-	-	73	39	-	-
Jefes de departamento	48	50	-	1	48	48	-	-
Periodistas	125	129	27	15	122	138	39	20
Empleados	493	492	22	17	492	479	23	14
Operarios	16	-	-	-	16	-	-	-
Totales	1.473		82		1.455		96	

Distribución de la plantilla a tiempo parcial

	2020		2019		2018		2017	
	H	M	H	M	H	M	H	M
Directivo	-	3	0	4	-	3	-	3
Jefe Dpto.	-	6	0	6	1	5	1	5
Periodistas	5	32	5	34	2	31	2	27
Empleados	19	89	16	94	13	105	13	110
Operarios	2	-	1	-	-	-	-	-
Total	26	130	22	138	16	144	16	145

Distribución de la plantilla por tipo de jornada, edad y género

Tramo de edad	Tiempo completo			Tiempo parcial		
	H	M	TOTAL	H	M	TOTAL
menos de 30	70	35	105	3	2	5
30-50	417	367	784	14	108	122
>50	297	213	510	9	20	29
Total	784	615	1399	26	130	156

Altas de contratos indefinidos

Edad	H	M	TOTAL
España			
menos de 30	10	5	15
30-50	12	10	22
más de 50	2	-	2
Total	24	15	39
Internacional			
menos de 30	-	-	-
30-50	-	-	-
mas de 50	-	-	-
Total	-	-	-

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		
	H	M	TOTAL
menos de 30	20,30%	18,13%	19,52%
30-50	2,85%	2,14%	2,48%
más de 50	0,70%	0%	0,40%
Total	3,17%	2,11%	2,66%

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	1	8
30-50	12	15	27
más de 50	10	2	12
Total	29	18	47
Internacional			
menos de 30	-	-	-
30-50	3	1	4
más de 50	-	-	-
Total	3	1	4
TOTAL BAJAS			51

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	-	-	-	1	-	1
H	-	-	-	1	-	1
M	-	-	-	-	-	-
30-50	-	-	3	7	-	10
H	-	-	1	4	-	5
M	-	-	2	3	-	5
menos 30	-	-	1	3	-	4
H	-	-	1	3	-	4
M	-	-	-	-	-	-
Total	-	-	4	11	-	15

Rotación por grupo de edad y género

Edad	H	M	TOTAL
menos de 30	14,21%	3,63%	10,41%
30-50	3,57%	3,41%	3,49%
más de 50	3,48%	0,94%	2,40%
Total	4,23%	2,68%	3,48%

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	14,21%	3,63%	10,41%
30-50	2,85%	3,20%	3,04%
más de 50	3,48%	0,94%	2,40%
Total	3,83%	2,54%	3,21%
Internacional			
menos de 30	-	-	-
30-50	1200%	200%	533,33%
más de 50	-	-	-
Total	1200%	200%	533,33%

Nota: Calculado con respecto a la plantilla media con contrato indefinido.

Plantilla con discapacidad

2020	H	M
Periodistas	1	1
Empleados	4	3
Total	5	4

Absentismo

2020	H	M	TOTAL
Horas perdidas	64.744	69.696	134.440

"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 El Desmarque

Horas trabajadas

	TOTAL 2020
Plantilla ¹	2.665.056
Trabajadores ETT	311.486

(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.

Horas de formación por categoría laboral y género

	2020		2019	
	H	M	H	M
Directivo	858	1101	639	1275
Jefe Dpto.	1301	1172	1024	1077
Periodista	499	404	769	1948
Empleados	4623	4384	4592	4383
Operarios	54	-	139	8
ETT	136	508	320	735
Total	7.471	7.569	7.483	9.426
	15.040		16.909	

Alcance: Grupo Mediaset España.

En materia de formación en derechos humanos, en 2020 se han impartido 372 horas de formación a 13 participantes en cursos con contenidos relacionados. Esta formación ha estado centrada fundamentalmente en el ámbito de la ciberseguridad y privacidad, gestión de equipos y liderazgo.

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 2020 ha sido 33,3 veces superior a la retribución total anual media de la plantilla. En 2019 fue 31,13 veces superior a la retribución total anual media de la plantilla en dicho ejercicio. La información ha sido calculada a partir de la remuneración media de los empleados en plantilla a 31 de diciembre de 2020, exceptuando 8 coyunturales. La persona mejor pagada ha tenido un incremento en su remuneración del 12,95%, respecto del ejercicio anterior, mientras que la retribución media de la plantilla ha aumentado un 5,6% en dicho período.

La información ha sido calculada a partir de la remuneración media de los empleados en plantilla a 31 de diciembre de 2020, exceptuando 8 coyunturales.

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	1,68	Nivel 1	3,26	SP1	1,80	Grupo 1	2,06
Nivel 2	1,39	Nivel 2	1,49	Nivel 2	2,77	SP2	1,54	Grupo 2	1,82
Nivel 3	1,34	Nivel 3	1,42	Nivel 3	2,53	SP3	1,34	Grupo 3	1,6
Nivel 4	1,29	Nivel 4	1,42	Nivel 4	2,28	SP4	1,21	Grupo 4	1,39
Nivel 5	1,19	Nivel 5	1,41	Nivel 5	2,04	SP5	1,14	Grupo 5	1,18
Nivel 6	1,14	Nivel 6	1,32	Nivel 6	1,82	SP6	1,08	Grupo 6	1,01

Nivel 7	1,09	Nivel 7	1,31	Nivel 7	1,63	SP7	1,07		
Nivel 8	1,04	Nivel 8	1,21	Nivel 8	1,43	SP8	1,05		
Nivel 9	1,00	Nivel 9	1,18	Nivel 9	1,23	SP9	1,02		
		Nivel 10	1,18	Nivel 10	0,94				
		Nivel 11	1,11						

Salario medio por categoría profesional (miles de euros)

	2019	2020
Directivo	188	194
Jefe Dpto.	71	73
Periodistas	41	42
Empleados	42	44
Operarios	33	34

Salario medio por tramo de edad (miles de euros)

	2018	2019	2020
<30	25	18	23
30-50	52	48	49
>50	80	76	77

Salario medio por género (miles de euros)

	2019		2020	
	H	M	H	M
Directivo	218	133	221	143
Otras categorías	44	43	46	45

La brecha salarial en el entorno directivo se circunscribe al Grupo de directivos de mayor nivel (16), con un porcentaje en esta materia del 28,8%, mientras que respecto del resto de directivos (un total de 100 personas), asciende a 7,85%. La razón deriva de la mayor antigüedad histórica de los directivos de primer nivel, cuya promoción o incorporación a la empresa corresponde a un momento temporal anterior, con menor presencia de la mujer en el ámbito directivo. Situación que se va corrigiendo con el tiempo, y que se estima casi corregida en el resto de niveles directivos.

BRECHA SALARIAL	2020
DIRECTORES GRALES.*	
DIRECTIVOS DIVISIÓN	28,8%
RESTO DIRECTIVOS	7,9%
NO DIRECTIVOS	1,3%

*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 2020, exceptuando 8 coyunturales.

(Remuneración media hombre - remuneración media mujer) / 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 Valor del equipo humano de este documento (MODELO DE NEGOCIO). 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

A 31/12/2020 el ratio (días de contratación/periodo anual) de personas contratadas por ETT en todas las empresas del Grupo ha sido de 167. Este dato es el resultado del cálculo según el criterio full time equivalent. Se ha realizado por tanto una estimación de toda la contratación temporal realizando su equivalencia a jornada completa. La aplicación de dicho criterio y no head count, al unificar jornadas, permite comparar trabajadores temporales y de estructura, aportando un dato más realista de la temporalidad.

Trabajadores de ETT por edad y género

	Hombre			Total Hombre	Mujer			Total Mujer
	<30	30-50	>50		<30	30-50	>50	
MEDIASET ESPAÑA	28,1	40,2	6,7	75	38,1	26,3	1,5	66
MEDITERRANEO	2,0			2	1,0			1
MEGAMEDIA	4,0	1,7	0,7	7	4,0	1,0		5
PUBLIESPAÑA	1,8	1,2		3	3,3	0,7		4
SUPERSPORT	1,3	0,5	0,3	2	1,4	0,5	0,2	2
TOTAL	37	44	8	89	48	28	2	78

Distribución trabajadores ETT por categoría laboral

	MEDIASET ESPAÑA	MEDITERRANEO	MEGAMEDIA	PUBLIESPAÑA	SUPERSPORT	TOTAL
Empleados	117	3	11	7	2	140
Operarios	9	-	-	-	-	9
Periodistas	15	-	1	-	2	18
Total	141	3	12	7	4	167

En 2020 el total del personal contratado por ETT ha trabajado 311.486 horas y se han producido 42 bajas por COVID. La tasa de lesiones registrables en este colectivo ha sido de un 134,84. Debe tenerse en cuenta que esta cifra incluye las bajas producidas por COVID, un total de 42 en 2020 sin que haya habido otro tipo de accidente laboral durante el ejercicio. Esta forma de calcular los accidentes laborales justifica el aumento de la tasa de lesiones con respecto a ejercicios anteriores.

OTROS TEMAS DE GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

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

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

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

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

El ejercicio de la **libertad de asociación**, así como el de la **libertad sindical** son derechos fundamentales que han sido siempre reconocidos y respetados por Mediaset España y así se refleja en la representación unitaria y sindical con la que cuentan las plantillas, ejercida a través de los Comités de Empresa y en su caso, las Secciones Sindicales. En 2020, no se ha producido ninguna situación de riesgo en relación al ejercicio de estos derechos.

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

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

Más información

La información sobre los plazos mínimos de preaviso ante cambios organizativos puede encontrarla pinchando aquí https://files.mediaset.es/file/10002/2021/02/15/Preaviso_a68d.pdf

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

i. Buzón ético

- ii. Comité de empresa
- iii. Vía administrativa
- iv. Vía judicial

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

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. La legislación faculta a los Delegados de Prevención para detener un proceso o actividad que consideren puede causar un daño o enfermedad a los empleados, con la salvaguarda legal necesaria para que no puedan adoptarse represalias hacia ellos de ningún tipo.

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 integrada de riesgos de este documento (MODELO DE NEGOCIO). En 2020 la formación en esta materia ha estado dirigida a la totalidad de la plantilla, habiéndose formado a 295 personas. 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 2020 todas las productoras participadas que suscribieron contratos con Mediaset España han firmado la cláusula anticorrupción.

Controles para mitigar los riesgos de blanqueo de capitales

- i. Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF)
- ii. Política de Cumplimiento Normativo
- iii. Controles establecidos en el alta de clientes
- iv. Controles establecidos en el área financiera (entidad prestadora-contrato-factura-destino de los fondos)

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.

En 2020 no ha habido procedimientos por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia. Por otra parte, el Grupo implementó las modificaciones oportunas de su política de comercialización de espacios publicitarios, así como los procedimientos internos correspondientes, a fin de adaptarse a lo establecido en la Resolución de la CNMC, de 12 de noviembre de 2020.

Las donaciones a partidos políticos se encuentran prohibidas en el Grupo Mediaset, en cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2015, de 30 de marzo. Otras aportaciones, financieras o en especie, se encuentran reguladas en el Código Ético, requieren la aprobación del Consejero Delegado y el cumplimiento de la legislación vigente. En 2020, 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.

A fecha del presente Informe, no se encuentra aún publicado el Informe Anual 2020 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 27 reclamaciones dirigidas contra programas del Grupo, apreciando el Comité de Autorregulación inconvenientes para la emisión de dichos contenidos en un caso. Como consecuencia Mediaset España tomó las medidas oportunas a fin de adaptar la emisión de dichos contenidos a lo dispuesto en el Código.

Por su parte, en materia de publicidad emitida, en 2020 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 2020 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 2020 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. En este sentido, 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).

Cabe resaltar que no existen acuerdos de inversión significativos en Mediaset España.

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 CO₂ asociadas, tanto upstream como downstream.

Mediaset España utiliza insumos de oficina que provienen de materiales reciclados, tales como papel reciclado o tóner, en aquellos equipos en los que sea posible. En este sentido, en 2020 se han utilizado 1560 Kg de papel reciclado y 8 unidades de tóner reciclado.

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 Gestión de la huella ambiental- Gestión del Impacto de los Programas en Entornos Naturales, de este documento.

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 2020 que haya ocurrido una situación de esas características.

Como se ha comentado, la compañía desarrolla su actividad de producción y desarrollo audiovisual en España. Por tanto, el consumo energético 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 emisiones de CO₂.

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 publicados por el Ministerio de Transición Ecológica del Gobierno de España cada año.

LOCATION BASED ALCANCE 2

	Tn CO ₂ e
2020	4.813
2019	6.999
2018	5.273

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.

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

Tipo de residuo	Disposición final
Residuo biosanitario especial	Esterilización/ Destrucción
Lámparas y luminarias	Reciclaje/Valorización
Discos y cintas	Reciclaje
Pilas	Reciclaje
Papel	Reciclaje
RAEE: monitores, impresoras, scanners, mixed e-scrap	Reciclaje/Valorización
RSU - Código Ler 200301	Eliminación en depósito controlado
Acero y Hierro - Código LER191202	Reciclaje/Valorización Disposición final según Anexo II de la Ley 22/2011 - R12
Tóner	Reciclaje
Aceites y grasas comestibles	Reciclaje
Compactadora	Destrucción
Líquido anticongelante	Reciclaje
Botes de pintura y disolventes	Reciclaje

CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN

En 2020 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 2020 no han existido multas ni sanciones, y se resolvieron 14 reclamaciones laborales, de las cuales 8 se obtuvieron resultado favorable a la Empresa y 6 fueron desfavorables manteniéndose recurridas 4 de ellas.

No existen en 2020 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

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL INFORME

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 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 2020 se llevó a cabo el correspondiente análisis de materialidad para identificar los asuntos relevantes para Mediaset España y sus principales grupos de interés, es decir, aquellos asuntos que reflejan los impactos del negocio en la economía, el medio ambiente y las personas, teniendo en cuenta para ello fuentes internas y externas de consulta.

Por un lado, se realizó una encuesta interna a los directivos de la compañía donde valoraron el grado de relevancia de 73 asuntos o temas vinculados al ámbito laboral, social, ambiental, económico, ético y buen gobierno. A partir de dichas valoraciones se configuró la lista de los temas valorados por los Directivos como importantes y muy importantes.

Por otra parte, se llevó a cabo un análisis documental de los asuntos considerados por los representantes de los principales grupos de interés para el Grupo Mediaset España, considerando: estándares internacionales y prescriptores de RSC (CSR); comunidad inversora; competidores y los reguladores (España y Unión Europea). A partir de este análisis se identificaron 71 temas considerados por los distintos grupos de interés, que fueron valorados en cuanto al grado de importancia que cada agente asigna a cada uno de ellos. A partir de estas valoraciones, se configuró la lista de los temas considerados materiales (importantes y muy importantes) por el conjunto de grupos de interés del Grupo.

A continuación, se exponen el resumen de temas materiales para Mediaset España.

PRIORIDADES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
MEDIO AMBIENTE	IMPACTO SOCIAL
Gestión y reducción de impactos	Publicidad responsable
GESTIÓN DE LAS PERSONAS	Accesibilidad de los productos
Igualdad de género- no discriminación	Reflejo de la diversidad en los contenidos
Inclusión	Apoyo a la comunidad
Salud y seguridad	GOBERNANZA
CIBERSEGURIDAD	Composición y transparencia en la gestión del Consejo de Administración
Seguridad de la información	DERECHOS HUMANOS FUNDAMENTALES
ÉTICA E INTEGRIDAD	Libertad de expresión
Transparencia e integridad en las prácticas de negocio	Derecho a la privacidad
Gestión responsable de la cadena de valor	

PRIORIDADES DE LOS DIRECTIVOS	
RESILIENCIA	GESTIÓN DE LAS PERSONAS
ENTORNO REGULATORIO	Igualdad de género- no discriminación
ÉTICA E INTEGRIDAD EN LA GESTIÓN	Inclusión
Transparencia e integridad en las prácticas de negocio	Gestión del talento y desarrollo de carrera
Sistema de gestión de riesgos	Evaluación del desempeño y retribución equitativa
Independencia del contenido editorial	Medidas de conciliación
Respeto a los principios de libre competencia	Salud y seguridad
Transparencia fiscal	Diálogo social en el entorno laboral
Gestión responsable de la cadena de valor	IMPACTO SOCIAL
GOBERNANZA	Confianza en los medios como fuente de información
Composición del Consejo de Administración y transparencia en la gestión	Acceso seguro a los contenidos

CIBERSEGURIDAD	Contenidos accesibles
Seguridad de la información y de las infraestructuras	Gestión de los impactos negativos de los contenidos
DATOS PERSONALES	DERECHOS HUMANOS FUNDAMENTALES
Transparencia y responsabilidad en la gestión de datos personales	Libertad de expresión
MEDIO AMBIENTE	Privacidad
Gestión y reducción de impactos	Propiedad intelectual

Impacto de los temas relevantes sobre los grupos de interés

TEMA RELEVANTE	GRUPO DE INTERÉS	RESPUESTA DE MEDIASET ESPAÑA	GRI STANDARD	PAG.
RESILIENCIA	Accionistas/ Empleados/ Artistas/Competencia	Contexto de negocio Solidez de una estrategia coherente Evolución del negocio Valor generado y distribuido	102-6, 201-1, 401-1	1; 18-19; 49-59; 80
ENTORNO REGULATORIO	Accionistas/ Empleados/ Anunciantes/ Administración/ Competencia	Relación con las instituciones públicas Gestión integrada de riesgos Gestión de contenidos Gestión de la publicidad Valor de los datos personales	102-2, 417-3, 418-1, 419-1, 307-1	16; 20-25; 26-30; 31-32; 33;34
GESTIÓN DE LAS PERSONAS				
Igualdad de género- no discriminación	Empleados/Artistas/Comunidad	Valor del equipo humano	401-3, 405-1, 405-2, 406-1	21; 37; 40-42; 67-68;75
Inclusión	Empleados/Artistas/Comunidad	Valor del equipo humano	405-1, 405-2, 406-1	21; 40- 42;69-70
Salud y seguridad	Empleados/Artistas	Valor del equipo humano	403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8	45-48
Gestión del talento y desarrollo de carrera	Empleados/Artistas/ Sindicatos	Valor del equipo humano	404-1, 404-2, 404-3	42-44
Evaluación del desempeño y retribución equitativa	Empleados/Artistas	Valor del equipo humano	404-3, 405-2	37-45
Medidas de conciliación	Empleados/ Artistas/ Sindicatos	Valor del equipo humano	401-1, 401-2, 401-3	41-42
Diálogo social en el entorno laboral	Empleados/ Artistas/ Sindicatos	Valor del equipo humano	402-1,403-4	39-45
ÉTICA E INTEGRIDAD EN LA GESTIÓN				
Transparencia e integridad en las prácticas de negocio	Administración/ Comunidad/ Accionistas	Gestión integrada de riesgos	102-16, 102-17, 102-18, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 415-1, 417-1, 417-2	20-25; 33-34; 61-64
Sistema de gestión de riesgos	Accionistas	Gestión integrada de riesgos Transparencia fiscal Gestión de la huella ambiental	102-3, 102-15, 102-29, 102-30, 201-2	7-13; 20-25; 61; 81-85
Independencia del contenido editorial	Comunidad/ Accionistas/ Empleados	Gestión de los contenidos	M1, M2, M3	26
Transparencia fiscal	Administra/Accionistas/Comunidad	Transparencia fiscal	201-4, 207-2	61-64
Gestión responsable de la cadena de valor	Proveedores/ Comunidad	Cadena de proveedores	102-9, 103-1, 103-2, 103-3, 204-1, 414-1, 414-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-1, 414-2, 308-1, 308-2	60

GOBERNANZA				
Composición del Consejo de Administración y transparencia en la gestión	Accionistas/ Administración/Comunidad	Gobierno corporativo Gestión integrada de riesgos Transparencia fiscal	102-18, 102-20, 102-22, 102-23, 102-24, 102-26; 102-27;102-28, 102-29	7-11; 61
CIBERSEGURIDAD				
Seguridad de la información y de las infraestructuras	Accionistas/Audiencia	Ciberseguridad	418-1 103-1,103-2,103-3	22; 24, 35-36
DATOS PERSONALES				
Transparencia y responsabilidad en la gestión de datos personales	Comunidad/Anunciantes Audiencia/Administración	Valor de los datos personales	103-1, 103-2, 103-3, 418-1	33-34
IMPACTO SOCIAL				
Confianza en los medios como fuente de información		Contenidos informativos Evolución del negocio	103-1,103-2,103-3, 418-1	26; 50
Acceso seguro a los contenidos	Audiencia	Gestión de los contenidos	M4, M5, M6	26-30
Contenidos accesibles	Audiencia	Accesibilidad de los contenidos	M4, M5	75-76
Gestión de los impactos negativos de los contenidos	Artistas y profesionales del sector Audiencia	Gestión del bienestar y protección de menores Gestión de los contenidos	M7	26-30; 75; 94
Publicidad responsable	Anunciantes/Administración /Competencia	Gestión de la publicidad	102-2, 416-1, 416-2, 417-3; M2; M3	31-32
Reflejo de la diversidad en los contenidos	Comunidad / Audiencia	Mediaset España comprometida con la sociedad	M2; M3	18; 67-70
Apoyo a la comunidad	Comunidad	Cesión de espacios publicitarios Campañas de comunicación social Valor generado y distribuido	201-1, 201-2, 201-3, 201-4; M7	77; 78-79; 80
DERECHOS HUMANOS FUNDAMENTALES				
Libertad de expresión	Empleados/Artistas/Comunidad	Gestión de los contenidos Valor del equipo humano	M2, M3, 407-1	26; 28
Privacidad	Artistas/Comunidad	Gestión de los contenidos	M2, M3; 418-1	20-21; 26; 33-34
Propiedad intelectual	Artistas/Proveedores/ Administración	Gestión de los contenidos	201-1; 412-1, 412-2, 412-3, M6	28
MEDIO AMBIENTE				
Gestión y reducción de impactos	Accionistas /Comunidad /Administración	Gestión de la huella ambiental	201-2, 302-1, 302-2, 302-3, 302-4, 302-5, 303-1, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5, 305-6, 305-7, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5, 307-1	81-85

DIÁLOGO

La compañía pone su Informe a disposición de sus grupos de interés en formato digital navegable en Internet con tecnología responsive, a través de la página web corporativa, disponible en castellano e inglés.
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, inquietudes y requerimientos de información, así como para obtener feedback de los asuntos abordados en este Informe, u otros que consideren relevantes desde una perspectiva de sostenibilidad. El canal al cual pueden dirigirse es:

Dirección General Corporativa
Carretera de Fuencarral a Alcobendas, 4
28049- Madrid
corporativo@mediaset.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.

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@informativos5.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

CONTENIDOS DEL ESTADO DE INFORMACION NO FINANCIERA

Contenidos del Estado de Información No Financiera			Estándar ut
Contenidos de la Ley 11/2018 INF			
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
			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
	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
	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 GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución
		Efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, en la salud y la seguridad	GRI 102-15 Impactos, riesgos y oportunidades clave
Información sobre cuestiones medioambientales	General	· Procedimientos de evaluación o certificación ambiental	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos y sociales
		· Recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgos
		· Aplicación del principio de precaución	GRI 102-29 Identificación y gestión de impactos económicos y sociales
		· Provisiones y garantías para riesgos ambientales	GRI 102-11 Principio o enfoque de precaución
			GRI 307-1 Incumplimiento de la legislación y normativa
			GRI 103-2 Enfoque de Gestión
	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 302-4 Reducción del consumo energético GRI 302-5 Reducciones en los requerimientos energéticos GRI 305-5 Reducción de las emisiones de GEI GRI 305-7 NOx, SOx y otras emisiones atmosféricas significativas
	Economía Circular y prevención	Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos.	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Efluentes y residuos)

Contenidos del Estado de Información No Financiera

	Contenidos de la Ley 11/2018 INF	Estándar ut			
Información sobre cuestiones medioambientales	y gestión de residuos	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	GRI 301-1 Materiales utilizados por peso o volumen GRI 301-2 Materiales reciclados consumidos		
	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		
		Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Medioambiente) 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) GRI 302-1 Consumo energético dentro de la organización (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) GRI 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía 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 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)	
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Biodiversidad)			
	Protección de la biodiversidad	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	GRI 304-1 Centros de operaciones en propiedad, arrendadas o zonas de gran valor para la biodiversidad GRI 103-2 El enfoque de gestión y sus componentes		
	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 103-3 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 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 ut		
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 trabaja GRI 405-1. b) El porcentaje de empleados por categoría de diversidad: sexo y grupo de edad	
		Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabaja	
		Promedio anual de contratos indefinidos, temporales y a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 102-8 Información sobre empleados y otros trabaja	
		Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional	GRI 401-1.b) Número total y la tasa de rotación de pers grupo de edad, sexo y región (en lo relativo a despidos)	
		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 c laboral	
		Brecha Salarial	GRI 405-2: Ratio del salario base y de la remuneración c laboral.	
		Remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	GRI 202-1 Ratio del salario de categoría inicial estándar	
		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 retribu	
			GRI 201-3 Obligaciones derivadas de planes de benefici	
		Implantación de medidas de desconexión laboral	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (desconexión laboral)	
		Empleados con discapacidad	GRI 405-1. b) El porcentaje de empleados por categoría de diversidad: sexo y grupo de edad	
		Organización del trabajo	Organización del tiempo de trabajo	GRI 102-8. c) El número total de empleados por tipo de jornada) y por sexo. GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Organización del trabaj
			Número de horas de absentismo	GRI 403-2 Tipos de accidentes y ratios de accidentes lat perdidos, y absentismo, y número de fallecimientos reli
			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
Salud y seguridad	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad)		
	Accidentes de trabajo (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo		
	Enfermedades profesionales (frecuencia y gravedad) desagregado por sexo	403-10 Enfermedades relacionadas con el trabajo		
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 colectiva)		

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar ut			
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) GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los i		
		Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	GRI 404-1 Horas medias de formación anuales por emp		
	Accesibilidad	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de		
		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		
	Igualdad	Planes de igualdad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de		
		Medidas adoptadas para promover el empleo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Empleo) GRI 404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los i		
		Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de		
		La integración y accesibilidad universal de las personas con discapacidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de		
		Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Diversidad e igualdad de		
				GRI 406-1 Casos de discriminación y acciones correctiva	
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 GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión GRI 410-1 Personal de seguridad formado en políticas o GRI 412-2 Formación de empleados en políticas o proce		
		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 gestioná 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	
			Derechos Humanos	Aplicación de procedimientos de debida diligencia en derechos humanos	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación de Derechos GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación de Derechos
				Prevención de los riesgos de vulneración de los derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	GRI 412-1 Operaciones sometidas a revisiones o evalua GRI 410-1 Personal de seguridad formado en políticas o
		Denuncias por casos de vulneraciones de derechos humanos	GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupac		

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar ut
		GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Evaluación de Derechos)
		GRI 411-1 Derechos de los pueblos indígenas
		GRI 419-1 Incumplimiento de las leyes y normativas en
	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; Liber Infantil; Trabajo forzoso u obligatorio y Derechos Humana)
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
		GRI 103-3 Evaluación del enfoque de gestión
		GRI 205-2 Comunicación y formación sobre políticas y p
	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
		GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgo
		GRI 205-1 Operaciones evaluadas en relación con riesgo
	Corrupción y soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno
		GRI 103-2 Enfoque de Gestión (con visión al GRI 205 An también cubre con éste indicador este requisito de la le
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción)	
	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Anticorrupción)	
	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribui	
	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativo:	
	GRI 415-1 Contribución a partidos y/o representantes p	
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
		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
		GRI 102-30 Eficacia de los procesos de gestión de riesgo
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 aj	
	GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativo:	
	GRI 204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	
	GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunid de desarrollo	

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar ut	
Información sobre la sociedad	Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y el territorio	GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos locales	
		GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	
		GRI 203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios ambientales	
		GRI 203-2 Impactos económicos indirectos significativos	
		GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad de desarrollo	
		GRI 413-2 Operaciones con impactos negativos significativos locales	
		GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	
		GRI 102-43 Enfoque para la participación de los grupos	
		GRI 413-1 Operaciones con participación de la comunidad de desarrollo	
		GRI 102-13 Afiliación a asociaciones	
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 413-1 Operaciones con participación de la comunidad de desarrollo	
	Acciones de asociación o patrocinio	GRI 203-1 Inversión en infraestructuras y servicios ambientales	
Información sobre la sociedad	Subcontratación y proveedores	GRI 201-1 Valor económico directo generado y distribuido	
		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)
		Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	GRI 102-9 Cadena de suministro
			GRI 103-3 Enfoque de Gestión (Evaluación ambiental y social)
			GRI 308-1 Nuevos proveedores que han sido evaluados
			GRI 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro
			GRI 407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la salud y seguridad podría estar en riesgo
		GRI 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo	
		GRI 414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección	
		GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro	
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	GRI 308-1 Nuevos proveedores que han sido evaluados		
	GRI 308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro		
	GRI 414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro		
Consumidores	Medidas para la salud y seguridad de los consumidores	GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los consumidores)	
		GRI 416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad	
		GRI 416-2 Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de los productos y servicios	

Contenidos del Estado de Información No Financiera

Contenidos de la Ley 11/2018 INF		Estándar ut
		GRI 417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado
		GRI 102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupación
		GRI 103-2 Enfoque de Gestión (Salud y Seguridad de los clientes)
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas	GRI 418-1 Denuncias substanciales relacionadas con brechas de datos de clientes.
		G4-M5 Número y naturaleza de respuestas (retroalimentación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables de informada de decisiones y acceso, y procesos para responder a quejas)
	Beneficios obtenidos por país	GRI 201-1 en lo que afecta a los pagos a administraciones tributarias http://www.oecd.org/tax/beps/country-by-country-reporting/
Información fiscal	Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 201-1 en lo que afecta a los pagos a administraciones tributarias http://www.oecd.org/tax/beps/country-by-country-reporting/
	Subvenciones públicas recibidas	GRI 201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno

INDICE DE CONTENIDOS GRI

Estandar GRI

GRI 101: Fundamentos

GRI 102 Contenidos Generales

Perfil de la Organización

102-1 Nombre de la organización

102-2 Actividades, marcas, productos y servicios

102-3 Ubicación de la sede

102-4 Ubicación de las operaciones

102-5 Propiedad y forma jurídica

102-6 Mercados servidos

102-7 Tamaño de la organización

102-8 Información sobre empleados y otros trabajadores

102-9 Cadena de suministro

102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro

102-11 Principio o enfoque de precaución

102-12 Iniciativas externas

102-13 Afiliación a asociaciones

Estrategia

102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones

102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades

Ética e integridad

102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta

102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas

Gobernanza

102-18 Estructura de gobernanza

102-19 Delegación de autoridad

Re

102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales

Re

102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales

Re

102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités

102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno

102-24 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno

Estandar GRI

		Regl
102-25	Conflictos de intereses	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	Reg
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	R
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	
102-35	Políticas de remuneración	
102-36	Proceso para determinar la remuneración	
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	
102-38	Ratio de compensación total anual	
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	
	Participación de los grupos de interés	
102-40	Lista de grupos de interés	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	

Estandar GRI

Prácticas para la elaboración de informes	
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema
102-47	Lista de temas materiales
102-48	Reexpresión de la información
102-49	Cambios en la elaboración de informes
102-50	Período objeto del informe
102-51	Fecha del último informe
102-52	Ciclo de elaboración de informes
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI
102-55	Índice de contenidos GRI
102-56	Verificación externa
GRI 201 Desempeño Económico	
201-1	Valor económico directo generado y distribuido
201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno
GRI 202 Presencia en el mercado	
202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local
202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local
GRI 203 Impactos económicos indirectos	
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados
203-2	Impactos económicos indirectos significativos
GRI 204 Prácticas de adquisición	
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales
GRI 205 Anti-corrupción	
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas
GRI 206 Competencia desleal	
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia
	Mediaset Es ejercicio
GRI 301 Materiales	
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen

Estandar GRI

301-2	Insumos reciclados	
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	
GRI 302 Energía		
302-1	Consumo energético dentro de la organización	
302-2	Consumo energético fuera de la organización	
302-3	Intensidad energética	
302-4	Reducción del consumo energético	
302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	
GRI 303 Agua y efluentes		
303-1	Consumo de agua por fuentes	
303-2	Fuentes de agua afectadas significativamente por extracción de agua	
303-3	Agua reciclada y reutilizada	Mediaset E
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	
304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	
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	
GRI 305 Emisiones		
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	
GRI 306 Residuos y efluentes		
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	
306-3	Derrames significativos	
306-4	Transporte de residuos peligrosos	Mediaset Es autorizados
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	
GRI 307 Cumplimiento ambiental		
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	
GRI 308 Evaluación ambiental de proveedores		
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	

Estandar GRI

GRI 401 Empleo	
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales
401-3	Permiso parental
GRI 402 Relaciones trabajador-empresa	
402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales
GRI 403 Salud y seguridad en el trabajo	
403-1	Sistema de gestión de la seguridad y salud laboral
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes
403-3	Servicios de salud laboral
403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre seguridad y salud laboral
403-5	Formación de los trabajadores en temas de seguridad y salud laboral
403-6	Promoción de la salud de los trabajadores
403-7	Prevención y mitigación de impactos directos sobre la salud y seguridad laboral causado por los negocios
403-8	Trabajadores cubiertos por el sistema de gestión de la seguridad y salud laboral
403-9	Accidentes laborales
403-10	Enfermedades laborales
GRI 404 Formación y enseñanza	
404-1	Media de horas de formación al año por empleado
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional
GRI 405 Diversidad e igualdad de oportunidades	
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres
GRI 406 No discriminación	
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas
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
GRI 408 Trabajo infantil	
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil
GRI 409 Trabajo forzoso u obligatorio	
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio
GRI 410 Prácticas en materia de seguridad	
410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos
GRI 411 Derechos de los pueblos indígenas	
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas
GRI 412 Evaluación de derechos humanos	

Estandar GRI

412-3	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	
412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	
412-1	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	
GRI 413 Comunidades locales		
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	
GRI 414 Evaluación social de los proveedores		
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	
GRI 415 Política pública		
415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	
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	
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	
GRI 417 Marketing y etiquetado		
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Mediaset Es ejercicio
GRI 418 Privacidad del cliente		
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	
GRI 419 Cumplimiento socioeconómico		
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Mediaset Es ejercicio
G4-M1	Financiación significativa y otros apoyos recibidos de fuentes no gubernamentales. Suplemento media	
G4-M2	Metodología para evaluar y monitorear el cumplimiento del compromiso con los valores de creación de contenido	
G4-M3	Acciones tomadas para mejorar el cumplimiento de los valores de creación de contenido, y resultados obtenidos	
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	
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	
G4-M6	Métodos para interactuar con el público, y resultados	
G4-M7	Acciones tomadas para empoderar a la audiencia a través de la alfabetización mediática o educación en medios	

**Mediaset España Comunicación, S.A. y
Sociedades Dependientes**

Informe de verificación independiente del
Informe Anual Corporativo 2020 que
contiene el Estado de Información No
Financiera Consolidado de Mediaset España
Comunicación, S.A. y Sociedades
Dependientes

24 de febrero de 2021

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 2020 (en adelante IAC) que contiene el Estado de información no financiera consolidado (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2020, 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 estén libres de incorrecciones materiales, debidas 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.

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 2020.
- 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 2020 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 2020 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.

M^a Concepción Iglesias Jiménez
24 de febrero de 2021

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

DELOITTE, S.L.

2021 Núm. 01/21/04378
30,00 EUR

SELLO CORPORATIVO:
Informe sobre trabajos distintos
a la auditoría de cuentas

DON MARIO RODRIGUEZ VALDERAS, Secretario del Consejo de Administración de la mercantil “MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.” (la “Sociedad”), con domicilio en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4 y C.I.F. A-79075438, por la presente **CERTIFICO**, en relación al “Informe Financiero Anual” de Mediaset España Comunicación, S.A. y Sociedades Dependientes correspondiente al ejercicio 2020, que contiene:

- las Cuentas Anuales Consolidadas de la Sociedad consolidadas con sus sociedades dependientes (comprendidas 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 2020;
- y el Estado de Información No Financiera Consolidado correspondiente al ejercicio social cerrado el 31 de diciembre de 2020;

que ha sido formulado por el Consejo de Administración de la Sociedad en su reunión de 24 de febrero de 2021, habiendo sido elaborado siguiendo el Formato Electrónico Único Europeo (FEUE), conforme al Reglamento Delegado (UE) 2019/815.

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. Cristina Garmendia Mendizábal
Vocal

D. Massimo Musolino
Vocal

D. Mario Rodríguez Valderas
Vocal-Secretario

Así lo certifico, a todos los efectos legales, con el visto bueno del Presidente, en Madrid, a 24 de Febrero de 2021.

VºBº
El Presidente
D. Alejandro Echevarría Busquet

El Secretario
D. Mario Rodríguez Valderas