

# **Mediaset España Comunicación, S.A.**

Cuentas Anuales e Informe de  
Gestión del ejercicio 2017, junto con  
el Informe de Auditoría  
Independiente

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

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

### Informe sobre las cuentas anuales

---

#### Opinión

Hemos auditado las cuentas anuales de Mediaset España Comunicación, S.A. (la Sociedad), que comprenden el balance a 31 de diciembre de 2017, la cuenta de pérdidas y ganancias, el estado de cambios en el patrimonio neto, el estado de flujos de efectivo y la memoria correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha.

En nuestra opinión, las cuentas anuales adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de la Sociedad a 31 de diciembre de 2017, así como de sus resultados y flujos de efectivo correspondientes al ejercicio terminado en dicha fecha, de conformidad con el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación (que se identifica en la nota 2.1 de la memoria) y, en particular, con los principios y criterios contables contenidos en el mismo.

---

#### 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* de nuestro informe.

Somos independientes de la Sociedad de conformidad con los requerimientos de ética, incluidos los de independencia, que son aplicables a nuestra auditoría de las cuentas anuales 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 del periodo actual. Estas cuestiones han sido tratadas en el contexto de nuestra auditoría de las cuentas anuales en su conjunto, y en la formación de nuestra opinión sobre éstas, y no expresamos una opinión por separado sobre esas cuestiones.

## Reconocimiento de ingresos de publicidad

### Descripción

Tal y como se detalla en la Nota 18 de la memoria adjunta, los ingresos publicitarios suponen aproximadamente un 99% del total del importe neto de la cifra de negocios de la Sociedad, y corresponden principalmente con las inserciones de los anuncios en los espacios de los que es propietaria la Sociedad, correspondiendo en su práctica totalidad con un único cliente, Publiespaña, S.A. (Sociedad Unipersonal) que es a su vez entidad participada al 100% por la Sociedad, tal y como se detalla en la Nota 7.1 de la memoria adjunta.

El reconocimiento de estos ingresos se corresponde principalmente con la ejecución de un contrato firmado entre ambas partes y cuyas cantidades se derivan de la venta al cliente final realizada por Publiespaña, S.A. (Sociedad Unipersonal), originada por un elevado número de transacciones devengadas de manera diaria, y su registro viene igualmente determinado por los términos establecidos en la negociación específica con cada cliente y que son integrados en sus sistemas informáticos.

Considerando la concentración de transacciones con Publiespaña, S.A. (Sociedad Unipersonal) y que las mismas están directamente vinculadas a los ingresos de la mencionada entidad, los cuales corresponden con un elevado número de transacciones y con la existencia de diferentes condiciones fijadas contractualmente con el cliente final, la ocurrencia, exactitud y corte de los ingresos de publicidad han sido considerados como una cuestión clave de nuestra auditoría.

### Procedimientos aplicados en la auditoría

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

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

Adicionalmente, hemos llevado a cabo pruebas sustantivas en detalle realizando la conciliación con Publiespaña, S.A. (Sociedad Unipersonal), así como, en base selectiva, revisión 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 adjunta (véanse Notas 4 y 18) requeridos por el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación.

---

## Otras cuestiones

Las cuentas anuales de la sociedad Mediaset España Comunicación, S.A. correspondientes al ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2016 fueron auditadas por otro auditor que expresó una opinión favorable sobre dichas cuentas anuales el 23 de febrero de 2017.

---

## Otra información: Informe de gestión

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión del ejercicio 2017, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad y no forma parte integrante de las cuentas anuales.

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

- a) Un nivel específico que resulta de aplicación al estado de la información no financiera, así como a determinada información incluida en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, según se define en el art. 35.2.b) de la Ley 22/2015, de Auditoría de Cuentas, que consiste en comprobar únicamente que la citada información se ha facilitado en el informe de gestión o, en su caso, que se haya incorporado en éste la referencia correspondiente al informe separado sobre la información no financiera en la forma prevista en la normativa y, en caso contrario, a informar sobre ello.
- b) Un nivel general aplicable al resto de la información incluida en el informe de gestión, que consiste en evaluar e informar sobre la concordancia de la citada información con las cuentas anuales, a partir del conocimiento de la entidad obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas y sin incluir información distinta de la obtenida como evidencia durante la misma, así como evaluar e informar de si el contenido y presentación de esta parte del informe de gestión 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 el informe de gestión y que el resto de la Información que contiene el informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2017 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 en relación con las cuentas anuales**

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

En la preparación de las cuentas anuales, los administradores son responsables de la valoración de la capacidad de la Sociedad 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 administradores tienen intención de liquidar la sociedad o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista.

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

---

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

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que las cuentas anuales 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.

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. Esta descripción que se encuentra en las páginas 6 y 7 es parte integrante de nuestro informe de auditoría.

## **Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios**

---

### **Informe adicional para la comisión de auditoría y cumplimiento**

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 de fecha 27 de febrero de 2018.

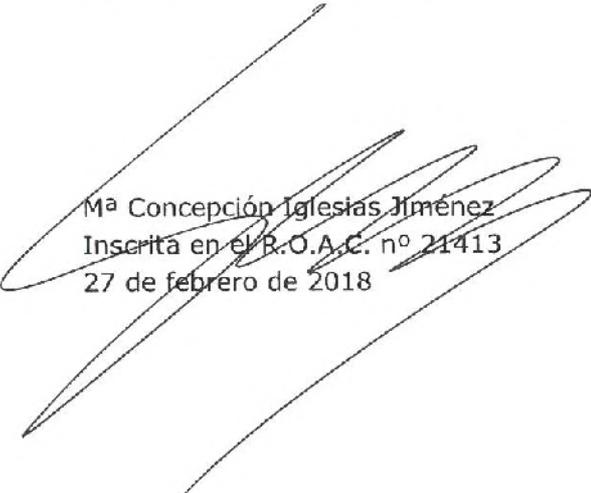
---

### Periodo de contratación

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

DELOITTE, S.L.

Inscrita en el ROAC nº S0692



Ma Concepción Iglesias Jiménez

Inscrita en el B.O.A.C. nº 21413

27 de febrero de 2018



DELOITTE, S.L.

Año 2018 Nº 01/18/00087  
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.

---

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

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, 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 de la entidad.
- Evaluamos si las políticas contables aplicadas son adecuadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por los administradores.
- Concluimos sobre si es adecuada la utilización, por los administradores, 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 de la Sociedad 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 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 la Sociedad deje de ser una empresa en funcionamiento.
- Evaluamos la presentación global, la estructura y el contenido de las cuentas anuales, incluida la información revelada, y si las cuentas anuales representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran expresar la imagen fiel.

Nos comunicamos con la comisión de auditoría y cumplimiento de la entidad 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 entidad 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 entidad, determinamos las que han sido de la mayor significatividad en la auditoría de las cuentas anuales 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.**

Cuentas Anuales e Informe de Gestión del ejercicio  
anual terminado el 31 de diciembre de 2017

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. Balance al 31 de diciembre de 2017
2. Cuenta de Pérdidas y Ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017
3. Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017
4. Estado de flujos de efectivo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017
5. Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017
6. Informe de Gestión del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre 2017

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

**Balance al 31 diciembre de 2017**

(En miles de Euros)

<b>ACTIVO</b>	<b>Notas</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>837.715</b>	<b>900.683</b>
<b>Inmovilizado intangible</b>	<b>6</b>	<b>539.538</b>	<b>603.798</b>
Patentes, licencias, marcas y similares		172.005	188.752
Fondo de Comercio		230.383	259.181
Aplicaciones informáticas		3.281	2.667
Derechos de propiedad audiovisual		133.869	153.198
<b>Inmovilizado material</b>	<b>5</b>	<b>59.760</b>	<b>57.172</b>
Terrenos y construcciones		26.801	27.289
Instalaciones técnicas y otro inmovilizado material		29.843	23.423
Inmovilizado en curso y anticipos		3.116	6.460
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo</b>	<b>7</b>	<b>173.326</b>	<b>177.788</b>
Instrumentos de patrimonio		121.149	126.479
Créditos a empresas del grupo	<b>8.1</b>	47.808	47.123
Créditos a empresas asociadas	<b>8.1</b>	4.369	4.186
<b>Inversiones financieras a largo plazo</b>	<b>8.1</b>	<b>265</b>	<b>316</b>
Créditos a terceros		250	300
Otros activos financieros		15	16
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>15</b>	<b>64.826</b>	<b>61.609</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>399.853</b>	<b>437.142</b>
<b>Existencias</b>	<b>9</b>	<b>5.791</b>	<b>6.710</b>
Productos terminados		5.552	6.244
Anticipos a proveedores		239	466
<b>Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar</b>		<b>242.865</b>	<b>236.428</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	<b>8.1</b>	5.713	5.155
Clientes, empresas del grupo y asociadas	<b>8.1</b>	221.962	217.665
Personal	<b>8.1</b>	35	43
Activos por impuesto corriente	<b>15</b>	15.155	13.565
<b>Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>8.1</b>	<b>41.336</b>	<b>41.500</b>
Créditos a empresas del grupo		26.305	26.703
Otros activos financieros		15.031	14.797
<b>Inversiones financieras a corto plazo</b>	<b>8.1</b>	<b>105</b>	<b>695</b>
Créditos a corto plazo		50	-
Derivados		-	629
Otros activos financieros		55	66
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>	<b>11</b>	<b>12.387</b>	<b>6.431</b>
<b>Efectivo y otros activos líquidos equivalentes</b>	<b>12</b>	<b>97.369</b>	<b>145.378</b>
Tesorería		97.369	145.378
<b>TOTAL ACTIVO</b>		<b>1.237.568</b>	<b>1.337.825</b>

Las Notas de la 1 a la 21 descritas en la Memoria adjunta forman parte integrante del Balance al 31 de diciembre de 2017.

Madrid, 27 de febrero de 2018.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

**Balance al 31 diciembre de 2017**

(En miles de Euros)

<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	<b>Notas</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
<b>PATRIMONIO NETO</b>		<b>853.921</b>	<b>965.475</b>
<b>FONDOS PROPIOS</b>		<b>853.921</b>	<b>965.475</b>
<b>Capital</b>	<b>13</b>	<b>168.359</b>	<b>168.359</b>
Capital escriturado		168.359	168.359
<b>Prima de emisión</b>	<b>13</b>	<b>409.041</b>	<b>409.041</b>
<b>Reservas</b>	<b>13</b>	<b>212.355</b>	<b>240.874</b>
Legal y estatutarias		33.672	33.672
Otras reservas		178.683	207.202
<b>Acciones y participaciones en patrimonio propias</b>	<b>13</b>	<b>(100.500)</b>	<b>-</b>
<b>Resultado del ejercicio</b>		<b>164.666</b>	<b>147.201</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		<b>13.807</b>	<b>18.040</b>
<b>Provisiones a largo plazo</b>	<b>14</b>	<b>13.291</b>	<b>9.150</b>
Provisiones para riesgos y gastos		13.291	9.150
<b>Deudas a largo plazo</b>	<b>8.2</b>	<b>258</b>	<b>6.113</b>
Otros pasivos financieros		258	6.113
<b>Pasivos por impuesto diferido</b>	<b>15</b>	<b>258</b>	<b>2.777</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		<b>369.840</b>	<b>354.310</b>
<b>Deudas a corto plazo</b>	<b>8.2</b>	<b>54.224</b>	<b>66.498</b>
Deudas con entidades de crédito		3	19
Pasivos por derivados financieros		1.014	23
Otros pasivos financieros		53.207	66.456
<b>Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo</b>	<b>8.2</b>	<b>147.759</b>	<b>143.943</b>
<b>Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar</b>		<b>167.756</b>	<b>143.424</b>
Proveedores	<b>8.2</b>	130.750	99.628
Proveedores, empresas del grupo y asociadas	<b>8.2</b>	9.311	16.898
Acreedores varios	<b>8.2</b>	873	236
Personal (remuneraciones pendientes de pago)	<b>8.2</b>	9.791	8.217
Otras deudas con las Administraciones Públicas	<b>15</b>	17.031	18.445
<b>Periodificaciones a corto plazo</b>		<b>101</b>	<b>445</b>
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>		<b>1.237.568</b>	<b>1.337.825</b>

Las Notas de la 1 a la 21 descritas en la Memoria adjunta forman parte integrante del Balance al 31 de diciembre de 2017.

Madrid, 27 de febrero de 2018.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**
**Cuenta de Pérdidas y Ganancias correspondiente al ejercicio terminado el 31 diciembre de 2017**  
 (En miles de Euros)

	Notas	2017	2016
<b>OPERACIONES</b>			
<b>Importe neto de la cifra de negocios</b>	<b>18</b>	<b>791.741</b>	<b>786.273</b>
Ventas		782.140	774.760
Prestaciones de servicios		9.601	11.513
<b>Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación</b>	<b>18</b>	<b>(692)</b>	<b>164</b>
<b>Trabajos realizados por la empresa para su activo</b>		<b>4.948</b>	<b>5.304</b>
<b>Aprovisionamientos</b>	<b>18</b>	<b>(192.684)</b>	<b>(202.376)</b>
Consumo de mercaderías		(192.684)	(202.376)
<b>Otros ingresos de explotación</b>		<b>14.180</b>	<b>10.771</b>
Ingresos accesorios y otros de gestión corriente		14.166	10.752
Subvenciones de explotación incorporadas al resultado del ejercicio		14	19
<b>Gastos de personal</b>		<b>(88.128)</b>	<b>(83.753)</b>
Sueldos, salarios y asimilados		(72.464)	(68.787)
Cargas sociales	<b>18</b>	(15.664)	(14.966)
<b>Otros gastos de explotación</b>		<b>(202.325)</b>	<b>(183.346)</b>
Servicios exteriores	<b>18</b>	(176.575)	(159.433)
Tributos		(25.764)	(25.286)
Pérdidas, deterioro y variación de provisiones por operaciones comerciales		14	1.373
<b>Amortización del inmovilizado</b>	<b>5,6</b>	<b>(226.964)</b>	<b>(245.469)</b>
<b>Excesos de provisiones</b>		<b>6.491</b>	<b>2.585</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones del inmovilizado</b>		<b>(1.914)</b>	<b>(4.346)</b>
Deterioros y pérdidas	<b>6</b>	(1.654)	(4.304)
Resultados por enajenaciones y otras	<b>5,6</b>	(260)	(42)
<b>RESULTADO DE EXPLOTACION</b>		<b>104.653</b>	<b>85.807</b>
<b>Ingresos financieros</b>		<b>72.652</b>	<b>84.276</b>
De participaciones en instrumentos de patrimonio		71.001	82.206
En empresas del grupo y asociadas	<b>19</b>	71.001	82.206
De valores negociables y otros instrumentos financieros		1.651	2.070
De empresas del grupo y asociadas	<b>19</b>	1.631	1.838
De terceros		20	232
<b>Gastos financieros</b>		<b>(473)</b>	<b>(1.320)</b>
Por deudas con empresas del grupo y asociadas		-	(567)
Por deudas con terceros		(473)	(753)
<b>Diferencias de cambio</b>		<b>(733)</b>	<b>448</b>
<b>Deterioro y resultado por enajenaciones de instrumentos financieros</b>		<b>5.788</b>	<b>(584)</b>
Deterioros y pérdidas	<b>7</b>	11.048	(2.970)
Resultados por enajenaciones y otras		(5.260)	2.386
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>		<b>77.234</b>	<b>82.820</b>
<b>RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>181.887</b>	<b>168.627</b>
<b>Impuesto sobre beneficios</b>	<b>15</b>	<b>(17.221)</b>	<b>(21.426)</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO PROCEDENTE DE OPERACIONES CONTINUADAS</b>		<b>164.666</b>	<b>147.201</b>
<b>OPERACIONES INTERRUMPIDAS</b>			
<b>Resultado del ejercicio procedente de operaciones interrumpidas neto de impuestos</b>		<b>-</b>	<b>-</b>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>		<b>164.666</b>	<b>147.201</b>

Las Notas 1 a 21 descritas en la Memoria son parte integrante de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias correspondiente al ejercicio de 2017.

Madrid, 27 de febrero de 2018.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.****Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017**

(En miles de Euros)

**A) Estado de ingresos y gastos reconocidos correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017**

	Notas	2017	2016
<b>Resultado de la cuenta de pérdidas y ganancias</b>		<b>164.666</b>	<b>147.201</b>
<b>Ingresos y gastos imputados directamente en el patrimonio neto</b>			
<b>Por valoración de instrumentos financieros</b>		-	-
Activos financieros disponibles para la venta		-	-
Otros ingresos/gastos		-	-
<b>Por coberturas de flujos de efectivo</b>			
<b>Diferencias de conversión</b>			
<b>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>		-	-
<b>Por ganancias y pérdidas actuariales y otros ajustes</b>		-	-
<b>Efecto impositivo</b>		-	-
<b>Total ingresos y gastos imputados directamente en el patrimonio neto</b>		<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias</b>			
<b>Por valoración de instrumentos financieros</b>		-	-
Activos financieros disponibles para la venta		-	-
Otros ingresos/gastos		-	-
<b>Por coberturas de flujos de efectivo</b>		-	-
<b>Subvenciones, donaciones y legados recibidos</b>		-	-
<b>Efecto impositivo</b>		-	-
<b>Total transferencias a la cuenta de pérdidas y ganancias</b>		<b>-</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL INGRESOS Y GASTOS RECONOCIDOS</b>		<b>164.666</b>	<b>147.201</b>

Las Notas 1 a 21 descritas en la Memoria son parte integrante del Estado de Cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio 2017.

Madrid, 27 de febrero de 2018.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

**Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017**

(En miles de Euros)

**B) Estado de cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017**

	Otras reservas											
	Capital escriturado (Nota 13.a)	Prima de emisión (Nota 13.b)	Reserva legal (Nota 13.c)	Reservas por planes de incentivos mediante opciones sobre acciones	Reserva por fondo de comercio (Nota 13.d)	Reservas Voluntarias	Total Otras Reservas	Acciones y participaciones en patrimonio propias (Nota 13.f)	Resultado del ejercicio	TOTAL FONDOS PROPIOS	Ajustes por cambio de valor	TOTAL PATRIMONIO NETO
<b>SALDO AJUSTADO, INICIO DEL AÑO 2016</b>	183.088	697.597	40.686	348	57.596	143.568	201.512	(214.837)	167.404	1.075.450	-	1.075.450
<b>Total ingresos y gastos reconocidos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	147.201	147.201	-	147.201
<b>Operaciones con socios o propietarios</b>												
Reducción de capital	(14.729)	(288.556)	-	-	-	-	-	303.285	-	-	-	-
Distribución del resultado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distribución de dividendos (Nota 13.e)	-	-	-	-	-	-	-	-	(167.404)	(167.404)	-	(167.404)
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	-	-	-	-	-	-	-	(91.413)	-	(91.413)	-	(91.413)
Planes de incentivos mediante opciones sobre acciones	-	-	-	(348)	-	(976)	(1.324)	2.965	-	1.641	-	1.641
<b>Otras variaciones del patrimonio neto</b>	-	-	(7.014)	-	-	7.014	7.014	-	-	-	-	-
<b>SALDO, FINAL DEL AÑO 2016</b>	168.359	409.041	33.672	-	57.596	149.606	207.202	-	147.201	965.475	-	965.475
<b>SALDO AJUSTADO, INICIO DEL AÑO 2017</b>	168.359	409.041	33.672	-	57.596	149.606	207.202	-	147.201	965.475	-	965.475
<b>Total ingresos y gastos reconocidos</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	164.666	164.666	-	164.666
<b>Operaciones con socios o propietarios</b>												
Reducción de capital	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distribución del resultado	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Distribución de dividendos (Nota 13.e)	-	-	-	-	-	(28.519)	(28.519)	-	(147.201)	(175.720)	-	(175.720)
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	-	-	-	-	-	-	-	(100.500)	-	(100.500)	-	(100.500)
Planes de incentivos mediante opciones sobre acciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Otras variaciones del patrimonio neto</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>SALDO, FINAL DEL AÑO 2017</b>	168.359	409.041	33.672	-	57.596	121.087	178.683	(100.500)	164.666	853.921	-	853.921

Las Notas 1 a 21 descritas en la Memoria son parte integrante del Estado de Cambios en el patrimonio neto correspondiente al ejercicio 2017.

Madrid, 27 de febrero de 2018.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

 Estado de flujos de efectivo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017.  
 (En miles de Euros)

	Notas	2017	2016
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>			
<b>Resultado del ejercicio antes de impuestos</b>		<b>181.887</b>	<b>168.627</b>
<b>Ajustes del resultado</b>		<b>155.052</b>	<b>169.384</b>
Amortización del inmovilizado (+)	5,6	226.964	245.469
Correcciones valorativas por deterioro (+/-)	6,7	(9.394)	7.274
Variación de provisiones (+/-)	14	4.141	1.732
Resultados por bajas y enajenaciones del inmovilizado (+/-)	5,6	260	251
Resultados por bajas y enajenaciones de instrumentos financieros (+/-)		5.260	(2.386)
Ingresos financieros (-)		(72.652)	(84.276)
Gastos financieros (+)		473	1.320
<b>Cambios en el capital corriente</b>		<b>14.104</b>	<b>13.413</b>
(Incremento)/Decremento en Existencias	9,18	692	(164)
(Incremento)/Decremento en Deudores y otras cuentas a cobrar		(4.847)	(6.345)
(Incremento)/Decremento en Otros activos corrientes		(5.729)	245
(Incremento)/Decremento en Acreedores y otras cuentas a pagar		24.332	19.397
(Incremento)/Decremento en Otros pasivos corrientes		(344)	280
<b>Otros flujos de efectivo de las actividades de explotación</b>		<b>50.973</b>	<b>45.545</b>
Pagos de intereses (-)		(473)	(1.320)
Cobros de dividendos (+)	19	71.001	82.206
Cobros de intereses (+)		1.651	1.364
Cobros (pagos) por impuesto sobre beneficios (+/-)		(21.206)	(33.737)
Otros pagos cobros (+/-)		-	(2.968)
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE EXPLOTACIÓN</b>		<b>402.016</b>	<b>396.969</b>
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>			
<b>Pagos por inversiones (-)</b>		<b>(174.898)</b>	<b>(193.594)</b>
Empresas del grupo y asociadas		(7.416)	(874)
Inmovilizado intangible	6	(156.350)	(169.720)
Inmovilizado material	5	(11.069)	(13.982)
Otros activos financieros		(63)	(9.018)
<b>Cobros por desinversiones (+)</b>		<b>16.461</b>	<b>38.845</b>
Empresas del grupo y asociadas		16.461	10.472
Inmovilizado intangible		-	1
Otros activos		-	28.372
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>		<b>(158.437)</b>	<b>(154.749)</b>
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>			
<b>Cobros y pagos por instrumentos de patrimonio</b>		<b>(100.822)</b>	<b>(89.755)</b>
Enajenación de instrumentos de patrimonio propio (+)		-	1.641
Adquisición de instrumentos de patrimonio propio (-)	13	(100.822)	(91.396)
<b>Cobros y pagos por instrumentos de pasivo financiero</b>		<b>(14.313)</b>	<b>(2.134)</b>
Emisión		9.251	16.446
Deudas con empresas del grupo y asociadas (+)		9.251	16.446
Devolución y amortización de		(23.564)	(18.580)
Deudas con entidades de crédito (-)		(16)	(6)
Deudas con empresas del grupo y asociadas (-)		(5.435)	(17.476)
Otras deudas (-)		(18.113)	(1.098)
<b>Pagos por dividendos y remunerac. de otros inst. de patrimonio</b>	13	<b>(175.720)</b>	<b>(167.404)</b>
Dividendos (-)		(175.720)	(167.404)
<b>FLUJOS DE EFECTIVO DE LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</b>		<b>(290.855)</b>	<b>(259.293)</b>
<b>EFEECTO DE LAS VARIACIONES DE LOS TIPOS DE CAMBIO</b>		<b>(733)</b>	<b>-</b>
<b>AUMENTO / DISMINUCIÓN NETA DEL EFECTIVO O EQUIVALENTES</b>		<b>(48.009)</b>	<b>(17.073)</b>
<b>Efectivo o equivalentes al comienzo del ejercicio</b>	12	<b>145.378</b>	<b>162.451</b>
<b>Efectivo o equivalentes al final del ejercicio</b>	12	<b>97.369</b>	<b>145.378</b>

 Las Notas 1 a 21 descritas en la Memoria son parte integrante del Estado de Flujos de Efectivo correspondiente al ejercicio 2017.  
 Madrid, 27 de febrero de 2018.

## **1. Actividad de la empresa**

La Sociedad MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. (denominada Gestevisión Telecinco, S.A. hasta el 12 de abril de 2011), en adelante la Sociedad, fue constituida en Madrid el 10 de marzo de 1989. Su domicilio social se encuentra en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4, 28049 Madrid.

La Sociedad tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. A 31 de diciembre de 2017 explota comercialmente siete canales de Televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y BeMad). 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 realizó todas las inversiones precisas para el inicio de emisiones digitales de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 2169/1998 de 9 de octubre que aprobó el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. Sin perjuicio de lo anterior, de conformidad con lo establecido en la Disposición Transitoria Segunda de la Ley Audiovisual, la Sociedad solicitó el 3 de mayo de 2010 la transformación de la concesión en licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual. Mediante el Acuerdo del Consejo de Ministros de 11 de junio de 2010, tuvo lugar la transformación de la concesión en licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual, con una vigencia de 15 años, prorrogables de forma automática por el mismo plazo, siempre que se cumplan los requisitos del artículo 28 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo (Ley Audiovisual).

- Tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica el 3 de abril de 2010 (el "Apagón Analógico") y en virtud de lo dispuesto en la Disposición Adicional Tercera del Real Decreto 944/2005, la Sociedad el 4 de mayo de 2010 tuvo 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.U. 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, BeMad, inició las emisiones en directo con fecha 21 de abril de 2016, dentro del plazo legal fijado en el pliego de condiciones de concesión de la licencia.
- La Sociedad tiene una duración indefinida, según se establece en el artículo 3º de los Estatutos.

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

## **2. Bases de presentación de las Cuentas Anuales**

### **2.1 Marco normativo de información financiera aplicable a la Sociedad**

Estas cuentas anuales se han formulado por los administradores de acuerdo con el marco normativo de información financiera aplicable a la Sociedad, que es el establecido en:

- a. Código de Comercio y la restante legislación mercantil.
- b. Plan General de Contabilidad aprobado por el Real Decreto 1514/2007, el cual ha sido modificado por el Real Decreto 602/2016, y sus adaptaciones sectoriales.
- c. Las normas de obligado cumplimiento aprobadas por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas en desarrollo del Plan General de Contabilidad y sus normas complementarias.
- d. Las normas de obligado cumplimiento aprobadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.
- e. Resto de la normativa contable española que resulte de aplicación.

Las cifras incluidas en las cuentas anuales están expresadas en miles de euros, salvo que se indique lo contrario.

## **2.2 Imagen fiel**

Las cuentas anuales se han preparado a partir de los registros contables de la Sociedad, habiéndose aplicado las disposiciones legales vigentes en materia contable al objeto de mostrar la imagen fiel de su patrimonio, situación financiera y resultados, así como de la veracidad de los flujos incorporados en el estado de flujos de efectivo.

Estas cuentas anuales han sido formuladas por los Administradores de la Sociedad para su sometimiento a la aprobación de la Junta General de Accionistas, estimándose que serán aprobadas sin ninguna modificación.

En las presentes cuentas anuales se ha omitido aquella información o desgloses que, no requiriendo de detalle por su importancia cualitativa, se han considerado no materiales o que no tienen importancia relativa de acuerdo al concepto de materialidad o importancia relativa definido en el marco conceptual del PGC 2007.

## **2.3 Comparación de la Información**

La aplicación de los criterios contables en los ejercicios 2017 y 2016 ha sido uniforme, no existiendo, por tanto, operaciones o transacciones que se hayan registrado siguiendo principios contables diferentes que pudieran originar discrepancias en la interpretación de las cifras comparativas de ambos periodos.

## **2.4 Formulación de Cuentas Anuales Consolidadas**

La Sociedad es dominante de un Grupo de Sociedades y de acuerdo con la legislación vigente 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. Por lo tanto junto a estas Cuentas Individuales se formulan las correspondientes Cuentas Anuales Consolidadas. El patrimonio y resultado consolidado atribuibles a la sociedad dominante ascienden a 31 de diciembre de 2017 a 900.077 y 197.496 miles de euros, respectivamente.

## **2.5 Agrupación de partidas**

Determinadas partidas del Balance, de la cuenta de Pérdidas y Ganancias, del Estado de cambios en el patrimonio neto y del Estado de flujos de efectivo se presentan de forma agrupada para facilitar su comprensión, si bien, en la medida en que sea significativa, se ha incluido la información desagregada en las Notas de la memoria.

## **2.6 Aspectos críticos de la valoración y estimación de la incertidumbre**

En la preparación de las Cuentas Anuales de la Sociedad, los Administradores han tenido que utilizar juicios, estimaciones y asunciones que afectan a la aplicación de las políticas contables y a los saldos de activos, pasivos, ingresos y gastos y al desglose de activos y pasivos contingentes a la fecha de emisión de las presentes Cuentas Anuales. Las estimaciones y las asunciones relacionadas están basadas en la

experiencia histórica y en otros factores diversos que son entendidos como razonables de acuerdo con las circunstancias, cuyos resultados constituyen la base para establecer los juicios sobre el valor contable de los activos y pasivos que no son fácilmente disponibles mediante otras fuentes. Las estimaciones y asunciones respectivas son revisadas de forma continuada; los efectos de las revisiones de las estimaciones contables son reconocidos en el período en el cual se realizan, si éstas afectan sólo a ese período, o en el período de la revisión y futuros, si la revisión afecta a ambos. Sin embargo, la incertidumbre inherente a las estimaciones y asunciones podría conducir a resultados que podrían requerir un ajuste de los valores contables de los activos y pasivos afectados en el futuro.

Al margen del proceso general de estimaciones sistemáticas y de su revisión periódica, los Administradores llevan a término determinados juicios de valor sobre temas con especial incidencia sobre las Cuentas Anuales.

Los juicios principales, así como las estimaciones y asunciones relativos a hechos futuros y otras fuentes de estimación inciertas a la fecha de formulación de las Cuentas Anuales que tienen un riesgo de causar correcciones en activos y pasivos son los siguientes:

#### Deterioro del valor de los activos no corrientes

La valoración de los activos no corrientes, distintos de los financieros, requiere la realización de estimaciones con el fin de determinar su valor recuperable, a los efectos de evaluar un posible deterioro. Para determinar este valor recuperable los Administradores de la Sociedad analizan tanto el valor de mercado y estiman los flujos de efectivo futuros esperados de los activos o de las unidades generadoras de efectivo de las que forman parte y utilizan una tasa de descuento apropiada para calcular el valor actual de esos flujos de efectivo.

Los flujos de efectivo futuro dependen de que se cumpla el plan de negocio de los próximos ejercicios, mientras que las tasas de descuento dependen del tipo de interés y de la prima de riesgo asociada a cada unidad generadora de efectivo. En la nota 6 se analizan las hipótesis utilizadas para calcular el valor de las unidades generadoras de efectivo y se incluye un análisis sobre la sensibilidad frente a cambios en las hipótesis.

#### Activo por impuesto diferido

Los activos por impuesto diferido se registran cuando es probable que el Grupo Fiscal del que la Sociedad es cabecera disponga de ganancias fiscales futuras que permitan la aplicación de estos activos.

Para determinar el importe de los activos por impuesto diferido que se pueden registrar, los Administradores estiman el ámbito temporal en el que se obtendrán las ganancias fiscales futuras y el periodo de reversión de las diferencias temporales imponibles.

#### Vida útil de los activos materiales e intangibles

La Sociedad 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.

#### Provisiones y Pasivos contingentes

La Sociedad reconoce provisiones sobre riesgos, de acuerdo con la política contable indicada en la Nota 4.10 de esta memoria. La Sociedad ha realizado juicios y estimaciones en relación con la probabilidad de ocurrencia de dichos riesgos, así como la cuantía de los mismos, y ha registrado una provisión cuando el riesgo ha sido considerado como probable, estimando el coste que le originaría dicha obligación. Cuando los riesgos se han considerado como posibles no se registra provisión y se describen en la Nota 14.

#### Cálculo de los valores razonables, de los valores en uso y de los valores actuales

La estimación de valores razonables, valores en uso y valores actuales implica el cálculo de flujos de efectivo futuros y la adopción de hipótesis relativas a los valores futuros de los flujos así como las tasas de descuento aplicables a los mismos. Las estimaciones e hipótesis realizadas están basadas en la experiencia histórica y en otros factores diversos que son entendidos como razonables de acuerdo con las circunstancias.

### 3. Aplicación de resultados

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

	Importe
Base de reparto	
Resultado del ejercicio	164.666
Total	<u>164.666</u>
Aplicación	
Dividendo	164.666
Total	<u><b>164.666</b></u>

#### Limitaciones para la distribución de dividendos

La Sociedad 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 fuera inferior a la cifra del capital social, el beneficio se destinará a la compensación de estas pérdidas.

El Consejo de Administración de la Sociedad en su reunión del 27 de febrero de 2018 ha acordado proponer a la Junta General Ordinaria la distribución de un dividendo extraordinario por importe de 32.830 miles de euros con cargo a las Reservas de Libre disposición de la Sociedad que se encuentran registradas dentro del epígrafe de "Otras Reservas".

#### **4. Normas de registro y valoración**

Los principales criterios de registro y valoración utilizados por la Sociedad en la elaboración de estas cuentas anuales son los siguientes.

##### **4.1 Inmovilizado intangible**

Los activos intangibles se encuentran valorados por su precio de adquisición o por su coste de producción, minorado por la amortización acumulada y por las posibles pérdidas por deterioro de su valor. Un activo intangible se reconoce como tal si y solo si es probable que genere beneficios futuros a la Sociedad y que su coste pueda ser valorado de forma fiable.

Se incluyen en el precio de adquisición o coste de producción los gastos financieros de financiación específica o genérica devengados, en su caso, antes de la puesta en condiciones de funcionamiento de aquellos activos que necesitan más de un año para estar en condiciones de uso.

Los activos intangibles son amortizados sistemáticamente a lo largo de sus vidas útiles estimadas y su recuperabilidad se analiza cuando se producen eventos o cambios que indican que el valor neto contable pudiera no ser recuperable. Los métodos y periodos de amortización aplicados son revisados al cierre del ejercicio, y si procede, ajustados de forma prospectiva. Cuando la vida útil de estos activos no pueda estimarse de manera fiable se amortizan en un plazo de 10 años.

##### **Fondo de comercio**

El fondo de comercio figura en el activo cuando su valor se pone de manifiesto en virtud de una adquisición onerosa, en el contexto de una combinación de negocios.

El fondo de comercio se asigna a cada una de las unidades generadoras de efectivo sobre las que se espera que recaigan los beneficios de las sinergias de la combinación de negocios. Con posterioridad a su reconocimiento inicial, el fondo de comercio se valora por su precio de adquisición menos la amortización acumulada y, en su caso, el importe acumulado de las correcciones valorativas por deterioro reconocidas. De acuerdo con la normativa aplicable la vida útil del fondo de comercio se ha establecido en 10 años y su amortización es lineal.

### 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 y los elaborados por la propia empresa, únicamente en los casos en que se prevea que su utilización abarcará varios ejercicios.

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

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

### Patentes, licencias, marcas y similares

Corresponde principalmente a las marcas y a 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. Por un lado la vida útil de la marca "Cuatro" se ha estimado en 20 años. Por otro lado, la licencia se amortiza linealmente en 10 años desde el 1 de enero de 2016 conforme a lo dispuesto en el R.D.602/2016.

Hasta el ejercicio 2015 se estimó que la licencia tenía una vida útil indefinida y, conforme a lo dispuesto en el Plan General de Contabilidad aprobado por el Real Decreto 1514/2007, no se amortizaba.

Conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre, con efectos desde el 1 de enero de 2016 estos activos son amortizados linealmente en un plazo de 10 años (Nota 2.6).

### Derechos de Propiedad Audiovisual

Se registran en este epígrafe los siguientes inmovilizados intangibles:

#### Derechos de Propiedad Audiovisual de Producción Ajena

Se registran inicialmente a su precio de adquisición. Si su adquisición se realiza por paquetes cerrados en los que no se detalla el valor individual de cada producto, la asignación de valores individuales se calcula a partir de una ponderación equivalente al coste de adquisición de productos de similar tipo y categoría si la compra se hiciese individualmente. Si en contrato se detalla el valor individual de cada uno de los productos/títulos, es éste directamente el que se asigna como valor del activo.

El derecho se registra en el momento en el que está disponible para su emisión según contrato, registrándose en el epígrafe de anticipos hasta que se produce la disponibilidad para su emisión. En el caso de tratarse de varios derechos asociados a un mismo contrato cuya disponibilidad se produzca en un mismo ejercicio pero en fechas diferentes, la Sociedad registra el alta de los derechos del contrato en la fecha en la que el primero de ellos está disponible para su emisión.

Su amortización se lleva a cabo en función del número de pases emitidos, según el siguiente criterio:

1. Películas y TV Movies (productos no seriados).
  - \* Derechos de 2 pases según contrato:
    - Primer pase: 50% sobre coste de adquisición.
    - Segundo pase: 50 % sobre coste de adquisición.
  - \* Derechos de 3 ó 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.

Se registran provisiones por deterioro de manera específica para cada producto o derecho cuando, en función de las audiencias de los primeros pases o de la programación de antena, se determina que el valor neto contable está por debajo del valor real estimado.

#### *Derechos de Producciones Propias de Producto Seriado*

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

El valor de las mismas incluye los costes incurridos bien directamente por la Sociedad y recogidos en la línea trabajos realizados para su Inmovilizado, bien en importes facturados por terceros.

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

En cuanto a la amortización, se realiza en función de los pases emitidos según el siguiente criterio:

- Producción seriada de duración inferior a 60 minutos y/o emisión diaria.  
Primer pase: 100 % del valor amortizable.
- Producción seriada de duración igual o superior a 60 minutos y/o emisión semanal.  
Primer pase: 90 % del valor amortizable.  
Segundo pase: 10 % del valor amortizable, excepción hecha de los pases promocionales.

Adicionalmente se practican amortizaciones totales de los valores remanentes en el activo correspondientes a derechos de emisión cuya antigüedad sea superior a 3 años desde la fecha de grabación de los citados activos.

Se registran provisiones por deterioro de manera específica para cada producto o derecho, cuando en función de las audiencias de los primeros pases o de la programación de antena, se determina que el valor neto contable no se corresponde con el valor real estimado.

#### Derechos de Distribución

Recoge los derechos adquiridos por la Sociedad para su explotación en todas las ventanas en territorio español.

El coste del derecho es el que se estipula en contrato. La amortización 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 “free” éste se reclasifica a la cuenta de derechos de propiedad audiovisual.

En la ventana del “free” la amortización de estos derechos es consistente con la establecida para los derechos de propiedad audiovisual según lo explicado en el epígrafe correspondiente de estas notas.

#### Derechos de Coproducciones

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

El coste del derecho es el que se estipula en contrato. La amortización 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 “free”, éste se reclasifica a la cuenta de derechos de propiedad audiovisual.

En la ventana del “free”, la amortización de estos derechos es consistente con la establecida para los derechos de propiedad audiovisual según lo explicado en el epígrafe correspondiente de estas notas.

#### Derechos de Opciones, Guiones y Desarrollos

En este epígrafe se incluyen los importes satisfechos por los gastos necesarios para el análisis y desarrollo de nuevos proyectos. Los guiones adquiridos se valoran por su coste de adquisición.

En el momento en que inicia el derecho de la producción a la que se asocia, estos derechos se reclasifican a la cuenta de derechos correspondiente, amortizándose como ellos.

#### 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 se amortizan en la misma proporción que los derechos audiovisuales a los que están asociados.

### **4.2 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 pérdidas y ganancias. Dicha imputación se realiza en el momento en que cada evento es retransmitido. Los importes anticipados se registran en el balance dentro del epígrafe “Periodificaciones a corto plazo”.

### **4.3 Inmovilizado material**

Los bienes comprendidos en el inmovilizado material se valoran inicialmente por su coste, ya sea éste el precio de adquisición o el coste de producción.

Después del reconocimiento inicial se valora por su coste, minorado por la amortización acumulada y por las posibles pérdidas por deterioro de su valor.

Se incluyen en el precio de adquisición o coste de producción los gastos financieros de financiación específica o genérica devengados antes de la puesta en condiciones de funcionamiento de aquellos activos que necesiten más de un año para estar en condiciones de uso.

Para los contratos de arrendamiento en los cuales, en base al análisis de la naturaleza del acuerdo y de las condiciones del mismo, se deduzca que se han transferido a la Sociedad sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo objeto del contrato, dicho acuerdo se califica como arrendamiento financiero, y por tanto, la propiedad adquirida mediante estos arrendamientos se contabiliza por su

naturaleza en el inmovilizado material por un importe equivalente al menor de su valor razonable y el valor presente de los pagos mínimos establecidos al comienzo del contrato de alquiler, menos la depreciación acumulada y cualquier pérdida por deterioro experimentada. No existen contratos de arrendamiento financiero al cierre de los ejercicios 2017 y 2016.

Las reparaciones que no representan una ampliación de la vida útil y los gastos de mantenimiento son cargados a la cuenta de pérdidas y ganancias en el ejercicio en que se producen. Los costes de ampliación o mejora que dan lugar a un aumento de la capacidad productiva o a un alargamiento de la vida útil de los bienes, son incorporados al activo como mayor valor del mismo.

El gasto por depreciación se registra en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias. Los elementos son amortizados desde el momento en el que están disponibles para su puesta en funcionamiento. La amortización de los elementos del inmovilizado material se realiza sobre los valores de coste siguiendo el método lineal utilizando los siguientes porcentajes de amortización estimados:

	<b>Coefficiente</b>
Construcciones	3%
Maquinaria técnica TV	20%
Instalaciones	10%
Utillaje	20%
Material automóvil	14-15 %
Mobiliario	10%
Equipos proceso información	25%
Material inventariable diverso	20%

En cada cierre de ejercicio, la Sociedad revisa y ajusta, en su caso, vidas útiles de los activos materiales, y si procede, se ajustan de forma prospectiva.

#### **4.4 Deterioro de activos no corrientes no financieros**

Al menos al cierre del ejercicio, la Sociedad evalúa si existen indicios de que algún activo no corriente o, en su caso, alguna unidad generadora de efectivo pueda estar deteriorado y, si existen indicios, se estiman sus importes recuperables.

El importe recuperable es el mayor entre el valor razonable menos los costes de venta y el valor en uso. Cuando el valor contable es mayor que el importe recuperable se produce una pérdida por deterioro. El valor en uso es el valor actual de los flujos de efectivo futuros esperados, utilizando tipos de interés de mercado sin riesgo, ajustados por los riesgos específicos asociados al activo. Para aquellos activos que no generan flujos de efectivo, en buena medida, independientes de los derivados de otros activos o grupos de activos, el importe recuperable se determina para las unidades generadoras de efectivo a las que pertenecen dichos activos.

Las correcciones valorativas por deterioro y su reversión se contabilizan en la cuenta de pérdidas y ganancias. Las correcciones valorativas por deterioro se revierten cuando las circunstancias que las motivaron dejan de existir, excepto las correspondientes a los fondos de comercio. La reversión del deterioro tiene como límite el valor contable del activo que figuraría si no se hubiera reconocido previamente el correspondiente deterioro del valor.

La prueba de deterioro para el fondo de comercio y la licencia de transmisión de señal se realiza evaluando el valor recuperable de la unidad generadora de efectivo asociada 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.

#### **4.5 Instrumentos financieros**

##### Activos financieros

##### *A) Clasificación y valoración*

Los activos financieros, a efectos de su valoración, se clasifican en alguna de las siguientes categorías:

1. Préstamos y partidas a cobrar
2. Inversiones mantenidas hasta el vencimiento
3. Activos financieros mantenidos para negociar
4. Otros activos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias
5. Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas
6. Activos financieros disponibles para la venta

La valoración inicial de los activos financieros se realiza por su valor razonable. El valor razonable es, salvo evidencia en contrario, el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada más los costes de transacción que le sean directamente atribuibles, con la excepción de que para los activos financieros mantenidos para negociar y para otros activos financieros a valor razonable con cambio en la cuenta de pérdidas y ganancias, los costes de transacción que le sean directamente atribuibles son imputados directamente a la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en el cual se produce la adquisición del activo financiero. Adicionalmente, para los activos financieros mantenidos para negociar y para los disponibles para la venta formaran parte de la valoración inicial el importe de los derechos preferentes de suscripción y similares que en su caso se hayan adquirido.

##### *a.1) Préstamos y partidas a cobrar*

Son aquellos activos financieros que se originan por la venta de bienes y la prestación de servicios por operaciones de tráfico de la empresa, además se incluyen en esta categoría los créditos por operaciones no comerciales que son definidos como aquellos activos financieros que, no siendo instrumentos de patrimonio ni derivados, no tienen origen comercial, cuyos cobros son de cuantía determinada o determinable y que no se negocian en un mercado activo. No se incluyen en esta categoría aquellos activos financieros para los cuales la Sociedad pueda no recuperar sustancialmente toda la inversión inicial por circunstancias diferentes al deterioro crediticio.

Tras el reconocimiento inicial los activos financieros incluidos en esta categoría se valoran por su coste amortizado. Los intereses devengados se contabilizan en la cuenta de pérdidas y ganancias aplicando el método del tipo de interés efectivo.

No obstante, para aquellos créditos por operaciones comerciales con vencimiento no

superior a un año y que no tengan un tipo de interés contractual, así como los anticipos y créditos al personal, los dividendos a cobrar y los desembolsos exigidos sobre instrumentos de patrimonio, cuyo importe se espera recibir en el corto plazo, se valoran por su valor nominal, tanto en la valoración inicial como en la valoración posterior, cuando el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no es significativo.

Los préstamos y cuentas a cobrar con vencimiento inferior a 12 meses contados a partir de la fecha de balance se clasifican como corrientes y, aquellos con vencimiento superior a 12 meses se clasifican como no corrientes.

*a.2) Activos financieros mantenidos para negociar*

Se considera que un activo financiero se posee para negociar cuando:

- a) Se origina o adquiere con el propósito de venderlo en el corto plazo.
- b) Forma parte de una cartera de instrumentos financieros identificados y gestionados conjuntamente de la que existen evidencias de actuaciones recientes para obtener ganancias en el corto plazo.
- c) Es un instrumento financiero derivado, siempre que no sea un contrato de garantía financiera ni haya sido designado como instrumento de cobertura.

Después del reconocimiento inicial se valoran por su valor razonable, sin deducir los costes de transacción en que se pudiera incurrir en su enajenación. Los cambios que se produzcan en su valor razonable se imputan en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio.

*a.3) Inversiones en el patrimonio de Empresas del Grupo, Multigrupo y Asociadas*

Incluyen las inversiones en el patrimonio de las empresas sobre las que se tiene control (empresas del grupo), se tiene control conjunto mediante acuerdo estatutario o contractual con uno o más socios (empresas multigrupo) o se ejerce una influencia significativa (empresas asociadas).

En su reconocimiento inicial en el balance se registran por su valor razonable, que, salvo evidencia en contrario, es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación entregada.

En el caso de inversiones en empresas del grupo se consideran, cuando resultan aplicables, los criterios incluidos en la norma relativa a operaciones entre empresas del grupo (Nota 4.16) y, para determinar el coste de la combinación, los establecidos en la norma sobre combinaciones de negocios.

Cuando una inversión pasa a calificarse como empresa del grupo, multigrupo o asociada, se considerará como coste de dicha inversión el valor contable que debiera tener la misma inmediatamente antes de que la empresa pase a tener dicha calificación. En su caso, los ajustes valorativos previos asociados a dicha inversión contabilizados directamente en el patrimonio neto, se mantendrán en éste hasta que dicha inversión se enajene o deteriore.

Después del reconocimiento inicial se valoran por su coste, menos, en su caso, el

importe acumulado de las correcciones valorativas por deterioro.

Cuando debe asignarse valor a estos activos por baja del balance u otro motivo, se aplica el método del coste medio ponderado por grupos homogéneos, entendiéndose por éstos los valores que tienen iguales derechos. En el caso de venta de derechos preferentes de suscripción y similares o segregación de los mismos para ejercitarlos, el importe del coste de los derechos disminuye el valor contable de los respectivos activos.

*a.4) Activos financieros disponibles para la venta*

En esta categoría se incluyen los valores representativos de deuda e instrumentos de patrimonio de otras empresas que no se hayan clasificado en ninguna de las categorías anteriores.

Después del reconocimiento inicial se valoran por su valor razonable, sin deducir los costes de transacción en que se pudiera incurrir en su enajenación. Los cambios que se produzcan en el valor razonable se registran directamente en el patrimonio neto, hasta que el activo financiero causa baja del balance o se deteriora, momento en que el importe así reconocido se imputa a la cuenta de pérdidas y ganancias. No obstante lo anterior, las correcciones valorativas por deterioro del valor y las pérdidas y ganancias que resulten por diferencias de cambio en activos financieros monetarios en moneda extranjera, se registran en la cuenta de pérdidas y ganancias. También se registra en la cuenta de pérdidas y ganancias el importe de los intereses, calculados según el método del tipo de interés efectivo, y de los dividendos devengados.

Las inversiones en instrumentos de patrimonio cuyo valor razonable no se puede determinar con fiabilidad se valoran por su coste, menos, en su caso, el importe acumulado de las correcciones valorativas por deterioro del valor. Cuando deba asignarse valor a estos activos por baja del balance u otro motivo, se aplica el método del valor medio ponderado por grupos homogéneos. En el caso de venta de derechos preferentes de suscripción y similares o segregación de los mismos para ejercitarlos, el importe de los derechos disminuye el valor contable de los respectivos activos. Dicho importe corresponde al valor razonable o al coste de los derechos, de forma consistente con la valoración de los activos financieros asociados.

*B) Intereses y dividendos recibidos de activos financieros*

Los intereses y dividendos de activos financieros devengados con posterioridad al momento de la adquisición se reconocen como ingresos en la cuenta de pérdidas y ganancias. Los intereses deben reconocerse utilizando el método del tipo de interés efectivo y los dividendos cuando se declare el derecho a recibirlo.

A estos efectos, en la valoración inicial de los activos financieros se registran de forma independiente, atendiendo a su vencimiento, el importe de los intereses explícitos devengados y no vencidos en dicho momento así como el importe de los dividendos acordados por el órgano competente en el momento de la adquisición. A estos efectos, se entiende por «intereses explícitos» aquellos que se obtienen de aplicar el tipo de interés contractual del instrumento financiero.

Asimismo, cuando los dividendos distribuidos proceden inequívocamente de resultados generados con anterioridad a la fecha de adquisición porque se hayan distribuido importes superiores a los beneficios generados por la participada desde la adquisición, no se reconocen como ingresos, y minoran el valor contable de la inversión.

*C) Deterioro de activos financieros*

La Sociedad evalúa al cierre del ejercicio si los activos financieros o grupo de activos financieros están deteriorados.

*Activos financieros contabilizados al coste amortizado (partidas a cobrar)*

Se efectúan las correcciones valorativas necesarias, siempre que exista evidencia objetiva de que el valor de un activo financiero, o grupo de activos financieros, contabilizados al coste amortizado, se ha deteriorado como resultado de uno o más eventos que hayan ocurrido después de su reconocimiento inicial y que ocasionen una reducción o retraso en los flujos de efectivo futuros estimados.

La pérdida por deterioro del valor de estos activos financieros es la diferencia entre su valor en libros y el valor actual de los flujos de efectivo futuros que se estima que se van a generar, descontados al tipo de interés efectivo calculado en el momento de su reconocimiento inicial. Para los activos financieros a tipo de interés variable, se emplea el tipo de interés efectivo que corresponda a la fecha de cierre de las cuentas anuales de acuerdo con las condiciones contractuales. En el cálculo de las pérdidas por deterioro de un grupo de activos financieros se utilizan modelos basados en fórmulas o métodos estadísticos.

Las correcciones valorativas por deterioro, así como su reversión cuando el importe de dicha pérdida disminuyese por causas relacionadas con un evento posterior, se reconocen como un gasto o un ingreso, respectivamente, en la cuenta de pérdidas y ganancias. La reversión del deterioro tiene como límite el valor en libros del crédito que estaría reconocido en la fecha de reversión si no se hubiese registrado el deterioro del valor.

*Inversiones en el patrimonio de empresas del grupo, multigrupo y asociadas*

Cuando existe evidencia objetiva de que el valor en libros de una inversión no va a ser recuperable deben efectuarse las correcciones valorativas necesarias.

El importe de la corrección valorativa es la diferencia entre su valor en libros y el importe recuperable, entendido éste como el mayor importe entre su valor razonable menos los costes de venta y el valor actual de los flujos de efectivo futuros derivados de la inversión. Salvo mejor evidencia del importe recuperable de las inversiones, en la estimación del deterioro de esta clase de activos se ha tomado en consideración el patrimonio neto de la entidad participada corregido por las plusvalías tácitas existentes en la fecha de la valoración.

Salvo que existan compromisos de apoyo a la entidad participada no se provisionan importes superiores al valor de la inversión.

Las correcciones valorativas por deterioro y, en su caso, su reversión, se registran como un gasto o un ingreso, respectivamente, en la cuenta de pérdidas y ganancias. La reversión del deterioro tiene como límite el valor en libros de la inversión que estaría reconocida en la fecha de reversión si no se hubiese registrado el deterioro del valor.

#### Activos financieros disponibles para la venta

Para esta categoría de activos financieros, cuando existan evidencias objetivas de que un descenso en el valor razonable se debe a su deterioro, las minusvalías latentes reconocidas como "Ajustes por cambio de valor" en el patrimonio neto se reconocen en la cuenta de pérdidas y ganancias.

La reversión del deterioro se reconoce como un ingreso en la cuenta de pérdidas y ganancias y tiene como límite el valor en libros del activo financiero que estaría registrado en la fecha de reversión si no se hubiese registrado el deterioro de valor.

#### *D) Baja de activos financieros*

La Sociedad da de baja un activo financiero, o parte del mismo, cuando expiran o se ceden los derechos contractuales sobre los flujos de efectivo del activo financiero, siendo necesario que se transfieran de manera sustancial los riesgos y beneficios inherentes a su propiedad, en circunstancias que se evalúan comparando la exposición de la Sociedad, antes y después de la cesión, a la variación en los importes y en el calendario de los flujos de efectivo netos del activo transferido.

Si la Sociedad mantiene el control del activo, continúa reconociéndolo por el importe al que esté expuesto a las variaciones de valor del activo cedido, es decir, por su implicación continuada, y reconoce un pasivo asociado.

Cuando el activo financiero se da de baja, la diferencia entre la contraprestación recibida neta de los costes de transacción atribuibles, considerando cualquier nuevo activo obtenido menos cualquier pasivo asumido, y el valor en libros del activo financiero, más cualquier importe acumulado que se ha reconocido directamente en el patrimonio neto, determina la ganancia o la pérdida surgida al dar de baja dicho activo, y forma parte del resultado del ejercicio en que ésta se produce.

#### Pasivos financieros

##### *A) Clasificación y valoración*

La Sociedad determina la clasificación de sus pasivos financieros de acuerdo a las siguientes categorías:

1. Débitos y partidas a pagar
2. Pasivos financieros mantenidos para negociar
3. Otros pasivos financieros a valor razonable con cambios en la cuenta de pérdidas y ganancias

Los pasivos financieros se valoran inicialmente por su valor razonable, que salvo

evidencia en contrario, es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación recibida. Los costes de transacción que sean directamente atribuibles forman parte de la valoración inicial para los pasivos financieros incluidos en la categoría de débitos y partidas a pagar, para el resto de pasivos financieros dichos costes se imputan a la cuenta de pérdidas y ganancias. Los pasivos con vencimiento inferior a 12 meses contados a partir de la fecha de balance de situación se clasifican como corrientes, mientras que aquellos con vencimiento superior se clasifican como no corrientes.

*a.1) Débitos y partidas a pagar*

Son aquellos pasivos financieros que se originan por la compra de bienes y servicios por operaciones de tráfico de la Sociedad, además se incluyen en esta categoría los débitos por operaciones no comerciales que son definidos como aquellos pasivos financieros que, no siendo instrumentos derivados, no tienen origen comercial.

En su reconocimiento inicial en el balance, se registra por su valor razonable, que salvo evidencia en contrario, es el precio de la transacción, que equivale al valor razonable de la contraprestación recibida ajustado por los costes de la transacción que les sean directamente atribuibles.

Después del reconocimiento inicial los activos financieros incluidos en esta categoría se valoran por su coste amortizado. Los intereses devengados se contabilizan en la cuenta de pérdidas y ganancias aplicando el método del tipo de interés efectivo.

No obstante, los débitos por operaciones comerciales con vencimiento no superior a un año y que no tengan un tipo de interés contractual, así como los desembolsos exigidos por terceros sobre participaciones cuyo importe se espera pagar en el corto plazo, tanto en la valoración inicial como en la valoración posterior, se registran por su valor nominal cuando el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no es significativo.

*a.2) Pasivos financieros mantenidos para negociar*

Se considera que un pasivo financiero se posee para negociar cuando:

- a) Se emite principalmente con el propósito de readquirirlo en el corto plazo.
- b) Forma parte de una cartera de instrumentos financieros identificados y gestionados conjuntamente de la que existan evidencias de actuaciones recientes para obtener ganancias en el corto plazo.
- c) Es un instrumento financiero derivado, siempre que no sea un contrato de garantía financiera ni haya sido designado como instrumento de cobertura.

Se valoran inicialmente por su valor razonable, que salvo evidencia en contrario, es el precio de la transacción que equivale al valor razonable de la contraprestación recibida. Los costes de la transacción que sean directamente atribuibles se imputan directamente a la cuenta de pérdidas y ganancias.

Después del reconocimiento inicial se valoran por su valor razonable, sin deducir los costes de transacción en que se pudiera incurrir en su enajenación. Los cambios que se produzcan en el valor razonable se imputan en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio.

#### *B) Baja de pasivos financieros*

La Sociedad procede a dar de baja un pasivo financiero cuando la obligación se ha extinguido.

Cuando se produce un intercambio de instrumentos de deuda, siempre que éstos tengan condiciones sustancialmente diferentes, se registra la baja del pasivo financiero original y se reconoce el nuevo pasivo financiero que surja. Se registra de la misma forma una modificación sustancial de las condiciones actuales de un pasivo financiero.

La diferencia entre el valor en libros del pasivo financiero o de la parte del mismo que se haya dado de baja y la contraprestación pagada incluidos los costes de transacción atribuibles y en la que se recoge asimismo cualquier activo cedido diferente del efectivo o pasivo asumido, se reconoce en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en que tenga lugar.

Cuando se produce un intercambio de instrumentos de deuda que no tengan condiciones sustancialmente diferentes, el pasivo financiero original no se da de baja del balance, registrando el importe de las comisiones pagadas como un ajuste de su valor contable. El coste amortizado del pasivo financiero se determina aplicando el tipo de interés efectivo, que es aquel que iguala el valor en libros del pasivo financiero en la fecha de modificación con los flujos de efectivo a pagar según las nuevas condiciones.

#### *Derivados financieros*

Los derivados financieros que mantiene la Sociedad a 31 de diciembre de 2017 y 2016 se registran como instrumentos de negociación, registrándose el efecto de diferencias de valoración de la cuenta de pérdidas y ganancias. Dichos instrumentos son derivados de tipo de cambio asociados a ciertas operaciones en divisa extranjera.

#### **4.6 Partidas corrientes y no corrientes**

Los activos y pasivos se presentan en el balance clasificados entre corrientes y no corrientes. A estos efectos, los activos y pasivos se clasifican como corrientes cuando están vinculados al ciclo normal de explotación de la Sociedad y se esperan vender, consumir, realizar o liquidar en el transcurso del mismo; son diferentes a los anteriores y su vencimiento, enajenación o realización se espera que se produzca en el plazo máximo de un año; se mantienen con fines de negociación o se trata de efectivo y otros activos líquidos equivalentes cuya utilización no está restringida por un periodo superior a un año.

En el caso de Derechos audiovisuales, clasificados dentro del inmovilizado intangible, están incluidos en su totalidad en el activo no corriente, desglosándose en la Nota 6 el porcentaje de aquellos que la Sociedad espera consumir en un período inferior a doce meses.

#### **4.7 Acciones Propias**

Las acciones propias se registran en el patrimonio neto con saldo deudor cuando se adquieren, no registrándose ningún resultado en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias

por su venta o cancelación. Los gastos derivados de las transacciones con acciones propias se registran directamente en el patrimonio neto como menores reservas.

#### **4.8 Existencias**

Se registran como existencias los programas de producción propia de emisión diaria. Se registran al coste de producción, el cual se determina considerando todos los costes imputables al producto en los que incurre la Sociedad.

Asimismo se incluyen en este epígrafe los anticipos pagados por los programas.

Se imputan a la cuenta de resultados en el momento de su emisión.

Cuando el valor neto realizable de las existencias sea inferior a su precio de adquisición o a su coste de producción, se efectúan las oportunas correcciones valorativas reconociéndolas como un gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias.

#### **4.9 Efectivo y otros activos líquidos equivalentes**

Este epígrafe incluye el efectivo en caja, las cuentas corrientes bancarias y los depósitos y adquisiciones temporales de activos que cumplen con todos los siguientes requisitos:

- Son convertibles en efectivo.
- En el momento de su adquisición su vencimiento no era superior a tres meses.
- No están sujetos a un riesgo significativo de cambio de valor.
- Forman parte de la política de gestión normal de tesorería de la Sociedad.

A efectos del estado de flujos de efectivo se incluyen como menos efectivo y otros activos líquidos equivalentes los descubiertos ocasionales que forman parte de la gestión de efectivo de la Sociedad.

#### **4.10 Provisiones y contingencias**

Los pasivos que resultan indeterminados respecto a su importe o a la fecha en que se cancelarán se reconocen en el balance como provisiones cuando la Sociedad tiene una obligación actual (ya sea por una disposición legal, contractual o por una obligación implícita o tácita), surgida como consecuencia de sucesos pasados, que se estima probable que suponga una salida de recursos para su liquidación y que es cuantificable.

Las provisiones se valoran por el valor actual de la mejor estimación posible del importe necesario para cancelar o transferir a un tercero la obligación, registrándose los ajustes que surjan por la actualización de la provisión como un gasto financiero conforme se van devengando. Cuando se trata de provisiones con vencimiento inferior o igual a un año, y el efecto financiero no es significativo, no se lleva a cabo ningún tipo de descuento. Las provisiones se revisan a la fecha de cierre de cada balance y son ajustadas con el objetivo de reflejar la mejor estimación actual del pasivo correspondiente en cada momento.

Las compensaciones a recibir de un tercero en el momento de liquidar las provisiones, se reconocen como un activo, sin minorar el importe de la provisión, siempre que no existan dudas de que dicho reembolso va a ser recibido, y sin exceder del importe de la obligación registrada. Cuando existe un vínculo legal o contractual de exteriorización del riesgo, en virtud del cual la Sociedad no esté obligada a responder del mismo, el importe de dicha compensación se deduce del importe de la provisión.

Por otra parte, se consideran pasivos contingentes aquellas posibles obligaciones, surgidas como consecuencia de sucesos pasados, cuya materialización está condicionada a que ocurran eventos futuros que no están enteramente bajo el control de la Sociedad y aquellas obligaciones presentes, surgidas como consecuencia de sucesos pasados, para las que no es probable que haya una salida de recursos para su liquidación o que no se pueden valorar con suficiente fiabilidad. Estos pasivos no son objeto de registro contable, detallándose los mismos en la memoria, excepto cuando la salida de recursos es remota.

#### **4.11 Transacciones con pagos basados en instrumentos de patrimonio**

La Sociedad mantuvo en el pasado planes de opciones relativos al sistema de retribución de Consejeros Ejecutivos y Directivos que se liquidaron en su caso mediante la entrega de acciones de la Sociedad. El gasto de personal se determinó en base al valor razonable de las opciones a entregar en la fecha de acuerdo de la concesión y se registró a medida que prestaban los servicios en el periodo de los tres años estipulado. El valor razonable de las opciones establecido en la fecha del acuerdo de concesión no se modifica.

El valor razonable de las opciones se determinó mediante una valoración interna, utilizando modelos de valoración de opciones, concretamente el método binomial, y teniendo en cuenta el precio del ejercicio de la opción, la vida de la misma, el precio de las acciones subyacentes, la volatilidad esperada del precio de la acción, una estimación de los pagos de dividendos y el tipo de interés libre de riesgo para la vida de la opción.

La entrega de acciones de la Sociedad para el resto de consejeros ejecutivos y directivos de las empresas del grupo se registró contablemente aumentando el valor de la participación de dichas sociedades dependientes.

A fecha de formulación de estas cuentas la Sociedad no cuenta con planes de opciones sobre acciones en vigor.

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

El sistema se nutre anualmente, y a partes iguales, de la aportación de cada beneficiario y de otra a cargo de la empresa invirtiéndose ambas en la compra de acciones de Mediaset España que son atribuidas al beneficiario (Nota 17).

#### **4.12 Transacciones en moneda extranjera**

Las Cuentas anuales de la Sociedad se presentan en euros, siendo ésta la moneda funcional de la Sociedad.

##### Partidas monetarias

Las transacciones en moneda extranjera se registran inicialmente al tipo de cambio vigente en la fecha de la transacción. Los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera se convierten al tipo de cambio vigente a la fecha de balance. Las diferencias de cambio, tanto positivas como negativas, que se originen en este proceso, así como las que se produzcan al liquidar dichos elementos patrimoniales, se reconocen en la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio en el que surjan.

##### Partidas no monetarias

Las partidas no monetarias valoradas a coste histórico se valoran aplicando el tipo de cambio de la fecha de la transacción.

Las partidas no monetarias valoradas a valor razonable se valoran aplicando el tipo de cambio de la fecha de determinación del valor razonable. Las diferencias de cambio se registran directamente en el patrimonio neto si la partida no monetaria se valora contra patrimonio neto y en la cuenta de pérdidas y ganancias si se valora contra el resultado del ejercicio.

#### **4.13 Impuesto sobre Sociedades**

Desde 1999 la Sociedad presenta el Impuesto sobre Sociedades en base consolidada, como entidad dominante del grupo de consolidación fiscal 49/99. Además de Mediaset España Comunicación, S.A. forman parte de este grupo las siguientes sociedades:

- 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.
- Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.)
- Sogecable Editorial, S.L.U.
- Concursos Multiplataformas, S.A.U.

En el ejercicio 2017 han salido del grupo de consolidación fiscal Premiere Megaplex, S.A.U. e Integración Transmedia, S.A.U. (actualmente denominada Alea Media, S.A.), y ha entrado Concursos Multiplataformas, S.A.U.

El gasto por Impuesto sobre Sociedades del ejercicio se calcula mediante la suma del impuesto corriente, que resulta de aplicar el correspondiente tipo de gravamen a la base imponible del ejercicio menos las bonificaciones y deducciones existentes, y de las variaciones producidas durante dicho ejercicio en los activos y pasivos por impuestos diferidos registrados. Se reconoce en la cuenta de pérdidas y ganancias, excepto cuando corresponde a transacciones que se registran directamente en el patrimonio neto, en cuyo caso el impuesto correspondiente también se registra en el patrimonio neto, y en la contabilización inicial de las combinaciones de negocios en las que se registra como los demás elementos patrimoniales del negocio adquirido.

Los impuestos diferidos se registran para las diferencias temporarias existentes en la fecha del balance entre la base fiscal de los activos y pasivos y sus valores contables. Se considera como base fiscal de un elemento patrimonial el importe atribuido al mismo a efectos fiscales.

El efecto impositivo de las diferencias temporarias se incluye en los correspondientes epígrafes de “Activos por impuesto diferido” y “Pasivos por impuesto diferido” del balance.

La Sociedad reconoce un pasivo por impuesto diferido para todas las diferencias temporarias imponibles, salvo, en su caso, para las excepciones previstas en la normativa vigente.

La Sociedad reconoce los activos por impuesto diferido para todas las diferencias temporarias deducibles, créditos fiscales no utilizados y bases imponibles negativas pendientes de compensar, en la medida en que resulte probable que el grupo fiscal del que es cabecera disponga de ganancias fiscales futuras que permitan la aplicación de estos activos, salvo, en su caso, para las excepciones previstas en la normativa vigente.

En el caso de las combinaciones de negocios en los que no se hubieran reconocido separadamente activos por impuesto diferido en la contabilización inicial por no cumplir los criterios para su reconocimiento, los activos por impuesto diferido que se reconozcan dentro del periodo de valoración y que procedan de nueva información sobre hechos y circunstancias que existían a la fecha de adquisición, supondrán un ajuste al importe del fondo de comercio relacionado. Tras el citado periodo de valoración, o por tener origen en hechos y circunstancias que no existían a la fecha de adquisición, se registrarán contra resultados o, si la norma lo requiere, directamente en patrimonio neto.

En la fecha de cierre de cada ejercicio la Sociedad evalúa los activos por impuesto diferido reconocidos y aquellos que no se han reconocido anteriormente. En base a tal evaluación, la Sociedad procede a dar de baja un activo reconocido anteriormente si ya no resulta probable su recuperación, o procede a registrar cualquier activo por impuesto diferido no reconocido anteriormente siempre que resulte probable que la Sociedad o el grupo fiscal al que pertenece disponga de ganancias fiscales futuras que permitan su aplicación.

Los activos y pasivos por impuesto diferido se valoran a los tipos de gravamen esperados en el momento de su reversión, según la normativa vigente aprobada, y de acuerdo con la forma en que racionalmente se espera recuperar o pagar el activo o pasivo por impuesto diferido. Los ajustes de los valores de los activos y pasivos por

impuesto diferido se imputan a la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, excepto en la medida en que los activos y pasivos por impuesto diferido hubieran sido cargados y abonados directamente a Patrimonio Neto. Los activos y pasivos por impuesto diferido están valorados sin tener en cuenta el efecto del descuento financiero.

Los activos y pasivos por impuesto diferido no se descuentan y se clasifican como activos y pasivos no corrientes, independientemente de la fecha esperada de realización o liquidación.

#### **4.14 Ingresos y gastos**

Los ingresos y gastos se imputan en función de la corriente real de bienes y servicios que representan y con independencia del momento en que se produce la corriente monetaria o financiera derivada de ellos.

##### *Ingresos por ventas y prestaciones de servicios*

Los ingresos se contabilizan atendiendo al fondo económico de la operación.

Los ingresos se reconocen cuando es probable que la Sociedad reciba beneficios o rendimientos económicos derivados de la transacción y el importe de los ingresos y de los costes incurridos o a incurrir pueden valorarse con fiabilidad.

Los ingresos procedentes de la venta de bienes y de la prestación de servicios se valoran por el valor razonable de la contrapartida, recibida o por recibir, derivada de los mismos, deducido el importe de cualquier descuento, rebaja en el precio u otras partidas similares que la empresa pueda conceder, así como los impuestos indirectos que gravan las operaciones y que son repercutibles a terceros. Se incluye como mayor valor de los ingresos los intereses incorporados a los créditos comerciales con vencimiento no superior a un año que no tengan un tipo de interés contractual, debido a que el efecto de no actualizar los flujos de efectivo no es significativo.

##### *Arrendamientos*

Aquellos arrendamientos en los que el arrendador conserva una parte significativa de los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad del activo arrendado, tienen la consideración de arrendamientos operativos. Los pagos o cobros realizados bajo contratos de esta naturaleza se imputan a la cuenta de pérdidas y ganancias a lo largo del periodo de alquiler conforme al principio del devengo.

#### **4.15 Combinaciones de negocios**

Las combinaciones de negocios, entendidas como aquellas operaciones en las que la Sociedad adquiere el control de uno o varios negocios, se registran por el método de adquisición, que supone contabilizar, en la fecha de adquisición, los activos adquiridos y los pasivos asumidos por su valor razonable, siempre y cuando éste pueda ser medido con fiabilidad, así como, en su caso, la diferencia entre el coste de la combinación de negocios y el valor de dichos activos y pasivos, como fondo de comercio, en el caso en que sea positiva, o como un ingreso en la cuenta de pérdidas y ganancias, en el caso en que sea negativa. Al fondo de comercio le son de aplicación los criterios contenidos en el apartado sobre el inmovilizado intangible en esta memoria.

Las combinaciones de negocios para las que en la fecha de cierre del ejercicio no se ha concluido el proceso de valoración necesario para aplicar el método de adquisición se contabilizan utilizando valores provisionales. Estos valores deben ser ajustados en el plazo máximo de un año desde la fecha de adquisición. Los ajustes que se reconozcan para completar la contabilización inicial se realizan de forma retroactiva, de forma que los valores resultantes sean los que se derivarían de haber tenido inicialmente dicha información, ajustándose, por tanto, las cifras comparativas.

El coste de una combinación de negocios vendrá determinado por la suma de:

- a) Los valores razonables, en la fecha de adquisición, de los activos entregados, los pasivos incurridos o asumidos y los instrumentos de patrimonio emitidos por la adquirente. No obstante, cuando el valor razonable del negocio adquirido sea más fiable, se utilizará éste para estimar el valor razonable de la contrapartida entregada.
- b) El valor razonable de cualquier contraprestación contingente que dependa de eventos futuros o del cumplimiento de ciertas condiciones, que deberá registrarse como un activo, un pasivo o como patrimonio neto de acuerdo con su naturaleza.

En ningún caso formarán parte del coste de la combinación, los gastos relacionados con la emisión de los instrumentos de patrimonio o de los pasivos financieros entregados a cambio de los elementos patrimoniales adquiridos, que se contabilizarán de acuerdo con lo dispuesto en la norma relativa a instrumentos financieros.

Los restantes honorarios abonados a asesores legales, u otros profesionales que intervengan en la operación se contabilizarán como un gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias. En ningún caso se incluirán en el coste de la combinación los gastos generados internamente por estos conceptos, ni tampoco los incurridos por la entidad adquirida relacionados con la combinación.

Con carácter general y salvo que exista una valoración más fiable, el valor razonable de los instrumentos de patrimonio o de los pasivos financieros emitidos que se entreguen como contraprestación en una combinación de negocios será su precio cotizado, si dichos instrumentos están admitidos a cotización en un mercado activo. Si no lo están, en el caso particular de la fusión y escisión, dicho importe será el valor atribuido a las acciones o participaciones de la empresa adquirente a los efectos de determinar la correspondiente ecuación de canje.

Cuando el valor contable de los activos entregados por la adquirente como contraprestación no coincida con su valor razonable, en su caso, se reconocerá en la cuenta de pérdidas y ganancias el correspondiente resultado.

#### **4.16 Operaciones con partes vinculadas**

Las transacciones con partes vinculadas son contabilizadas de acuerdo con las normas de valoración detalladas anteriormente (Nota 4.14).

La Sociedad realiza todas sus operaciones con vinculadas a valores de mercado. Adicionalmente, los precios de transferencia se encuentran adecuadamente soportados por lo que los administradores de la Sociedad consideran que no existen riesgos significativos por este aspecto de los que puedan derivarse pasivos de consideración en el futuro.

En las operaciones de fusión los elementos constitutivos del negocio adquirido se valoran por el importe que correspondería a los mismos en las Cuentas Anuales consolidadas del Grupo.

En caso de no existir Cuentas Anuales Consolidadas o de existir Cuentas Anuales Consolidadas preparadas bajo NIIF y no bajo normas del Plan General de Contabilidad, los elementos adquiridos se valorarán, en general, por los importes por los que estuvieran registrados en las Cuentas Anuales Individuales de la sociedad transmitente.

#### **4.17 Aspectos Medioambientales**

Dado las actividades a las que se dedica la Sociedad, la misma no tiene responsabilidades, gastos, activos, ni provisiones y contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados de la misma. Por este motivo no se incluyen desgloses específicos en la presente Memoria de las Cuentas Anuales respecto a la información de cuestiones medioambientales.

#### **4.18 Indemnizaciones por despido**

De acuerdo con la legislación laboral vigente, la Sociedad estaría obligada al pago de indemnizaciones a aquellos empleados con los que, en determinadas condiciones, rescinda sus relaciones laborales. Las indemnizaciones por despido susceptibles de cuantificación razonable se registran en su caso como gasto del ejercicio en el que existe una expectativa válida, creada por la Sociedad frente a los terceros afectados.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

**5. Inmovilizado Material**

La composición y movimientos del inmovilizado material en los ejercicios 2017 y 2016 han sido los siguientes:

<b>Ejercicio 2017</b>	<b>01.01.17</b>	<b>Altas</b>	<b>Bajas</b>	<b>Trasposos</b>	<b>31.12.17</b>
<b>Coste</b>					
Terrenos	14.970	-	-	-	14.970
Construcciones	39.125	88	-	321	39.534
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	103.028	1.715	(3.852)	9.888	110.779
Mobiliario y enseres	4.424	350	(176)	-	4.598
Equipos proceso información	13.920	800	(350)	1.238	15.608
Otro Inmovilizado	627	13	(69)	-	571
Inmovilizado en curso	6.460	8.103	-	(11.447)	3.116
<b>Total</b>	<b>182.554</b>	<b>11.069</b>	<b>(4.447)</b>	<b>-</b>	<b>189.176</b>
<b>Amortización acumulada</b>					
Construcciones	(26.806)	(897)	-	-	(27.703)
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	(83.566)	(5.911)	3.844	-	(85.633)
Mobiliario y enseres	(3.177)	(250)	171	-	(3.256)
Equipos proceso información	(11.332)	(1.342)	345	-	(12.329)
Otro Inmovilizado	(501)	(37)	43	-	(495)
<b>Total</b>	<b>(125.382)</b>	<b>(8.437)</b>	<b>4.403</b>	<b>-</b>	<b>(129.416)</b>
<b>Valor neto contable</b>	<b>57.172</b>				<b>59.760</b>

<b>Ejercicio 2016</b>	<b>01.01.16</b>	<b>Altas</b>	<b>Bajas</b>	<b>Trasposos</b>	<b>31.12.16</b>
<b>Coste</b>					
Terrenos	14.970	-	-	-	14.970
Construcciones	38.683	200	-	242	39.125
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	96.081	1.546	(3.838)	9.239	103.028
Mobiliario y enseres	4.431	281	(288)	-	4.424
Equipos proceso información	14.122	882	(1.481)	397	13.920
Otro Inmovilizado	608	42	(23)	-	627
Inmovilizado en curso	8.358	8.035	(28)	(9.905)	6.460
<b>Total</b>	<b>177.253</b>	<b>10.986</b>	<b>(5.658)</b>	<b>(27)</b>	<b>182.554</b>
<b>Amortización acumulada</b>					
Construcciones	(25.733)	(1.073)	-	-	(26.806)
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	(82.021)	(5.365)	3.820	-	(83.566)
Mobiliario y enseres	(3.206)	(243)	272	-	(3.177)
Equipos proceso información	(11.605)	(1.203)	1.476	-	(11.332)
Otro Inmovilizado	(481)	(38)	18	-	(501)
<b>Total</b>	<b>(123.046)</b>	<b>(7.922)</b>	<b>5.586</b>	<b>-</b>	<b>(125.382)</b>
<b>Valor neto contable</b>	<b>54.207</b>				<b>57.172</b>

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

---

Las altas producidas en los ejercicios 2017 y 2016 se deben fundamentalmente a la compra de instalaciones técnicas adquiridas para el desarrollo continuo del negocio.

Las bajas producidas en los ejercicios 2017 y 2016 se deben principalmente a los activos totalmente amortizados y fuera de uso que la Sociedad ha eliminado de su balance.

Las altas producidas en inmovilizado en curso en los ejercicios 2017 y 2016 se deben principalmente a la compra de instalaciones técnicas para transformación de los estudios y las unidades móviles en alta definición.

A 31 de diciembre de 2017 y 2016 el importe de los bienes totalmente amortizados y en uso es el siguiente:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Equipos proceso información	9.782	9.180
Construcciones	10.105	9.889
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	70.643	68.789
Otro Inmovilizado	428	425
Mobiliario y enseres	2.109	1.971
	<u>93.067</u>	<u>90.254</u>

La Sociedad 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.

### Arrendamiento Operativo

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

	<b>Miles de euros</b>	
	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Cuotas de arrendamientos operativos reconocidas en resultados del ejercicio (Nota 18.d)	770	964
	<u>770</u>	<u>964</u>

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

## 6. Inmovilizado Intangible

La composición y movimientos del inmovilizado intangible en los ejercicios 2017 y 2016 han sido los siguientes:

<b>Ejercicio 2017</b>	<b>01.01.17</b>	<b>Altas</b>	<b>Bajas</b>	<b>Traspos</b>	<b>31.12.17</b>
<b>Coste</b>					
Licencia transmision señal Cuatro	85.000	-	-	-	85.000
Fondo de comercio fusión	287.979	-	-	-	287.979
Marcas y nombres comerciales	173.997	-	(13.697)	-	160.300
Derechos propiedad audiovisual	426.718	103.779	(136.110)	1.334	395.721
Masters y aduanas	5	-	-	-	5
Doblajes y otros trabajos	13.323	1.575	(1.640)	-	13.258
Derechos de coproducción	2.139	-	-	-	2.139
Derechos series de ficción	1.404.888	46.099	-	2.745	1.453.732
Derechos de distribución	10.371	-	(1.305)	-	9.066
Otros trabajos auxiliares (distribución)	539	-	-	-	539
Dchos. opciones, guiones, desarrollos	203	530	(213)	(205)	315
Anticipos derechos propiedad audiovisual	1.637	1.332	-	(1.334)	1.635
Anticipos series de ficción	1.242	1.298	-	(2.540)	-
Aplicaciones informáticas en curso	943	1.158	-	(676)	1.425
Aplicaciones informáticas	19.714	579	(122)	676	20.847
<b>Total</b>	<b>2.428.698</b>	<b>156.350</b>	<b>(153.087)</b>	<b>-</b>	<b>2.431.961</b>
<b>Amortización Acumulada</b>					
Licencia transmision señal Cuatro	(8.500)	(8.500)	-	-	(17.000)
Fondo de comercio fusión	(28.798)	(28.798)	-	-	(57.596)
Marcas y nombres comerciales	(61.745)	(8.030)	13.480	-	(56.295)
Derechos propiedad audiovisual	(280.282)	(129.296)	136.110	-	(273.468)
Masters y aduanas	(5)	-	-	-	(5)
Doblajes y otros trabajos	(12.104)	(1.594)	1.641	-	(12.057)
Derechos de coproducción	(2.139)	-	-	-	(2.139)
Derechos series de ficción	(1.385.551)	(41.186)	-	-	(1.426.737)
Derechos de distribución	(10.371)	-	1.305	-	(9.066)
Otros trabajos auxiliares (distribución)	(539)	-	-	-	(539)
Aplicaciones informáticas	(17.990)	(1.123)	122	-	(18.991)
<b>Total amortizaciones</b>	<b>(1.808.024)</b>	<b>(218.527)</b>	<b>152.658</b>	<b>-</b>	<b>(1.873.893)</b>
Pérdidas por deterioro	(16.876)	(18.530)	16.876	-	(18.530)
<b>Total</b>	<b>(1.824.900)</b>	<b>(237.057)</b>	<b>169.534</b>	<b>-</b>	<b>(1.892.423)</b>
<b>Valor neto contable</b>	<b>603.798</b>				<b>539.538</b>

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017

(En miles de Euros)

<b>Ejercicio 2016</b>	<b>01.01.16</b>	<b>Altas</b>	<b>Bajas</b>	<b>Traspasos</b>	<b>31.12.16</b>
<b>Coste</b>					
Licencia transmision señal Cuatro	85.000	-	-	-	85.000
Fondo de comercio fusión	287.979	-	-	-	287.979
Marcas y nombres comerciales	173.997	-	-	-	173.997
Derechos propiedad audiovisual	418.912	123.072	(116.532)	1.266	426.718
Masters y aduanas	5	-	-	-	5
Doblajes y otros trabajos	13.455	1.742	(1.874)	-	13.323
Derechos de coproducción	2.139	-	-	-	2.139
Derechos series de ficción	1.369.083	31.937	-	3.868	1.404.888
Derechos de distribución	10.397	-	(26)	-	10.371
Otros trabajos auxiliares (distribución)	539	-	-	-	539
Dchos. opciones, guiones, desarrollos	316	134	(178)	(69)	203
Anticipos derechos propiedad audiovisual	2.161	742	-	(1.266)	1.637
Anticipos series de ficción	1.614	3.427	-	(3.799)	1.242
Aplicaciones informáticas en curso	194	1.228	-	(479)	943
Aplicaciones informáticas	19.153	538	(483)	506	19.714
<b>Total</b>	<b>2.384.944</b>	<b>162.820</b>	<b>(119.093)</b>	<b>27</b>	<b>2.428.698</b>
<b>Amortización Acumulada</b>					
Licencia transmision señal Cuatro	-	(8.500)	-	-	(8.500)
Fondo de comercio fusión	-	(28.798)	-	-	(28.798)
Marcas y nombres comerciales	(53.715)	(8.030)	-	-	(61.745)
Derechos propiedad audiovisual	(245.963)	(150.851)	116.532	-	(280.282)
Masters y aduanas	(5)	-	-	-	(5)
Doblajes y otros trabajos	(11.697)	(2.281)	1.874	-	(12.104)
Derechos de coproducción	(2.139)	-	-	-	(2.139)
Derechos series de ficción	(1.347.894)	(37.657)	-	-	(1.385.551)
Derechos de distribución	(10.397)	-	26	-	(10.371)
Otros trabajos auxiliares (distribución)	(539)	-	-	-	(539)
Aplicaciones informáticas	(17.042)	(1.430)	482	-	(17.990)
<b>Total amortizaciones</b>	<b>(1.689.391)</b>	<b>(237.547)</b>	<b>118.914</b>	<b>-</b>	<b>(1.808.024)</b>
Pérdidas por deterioro	(12.572)	(16.707)	12.403	-	(16.876)
<b>Total</b>	<b>(1.701.963)</b>	<b>(254.254)</b>	<b>131.317</b>	<b>-</b>	<b>(1.824.900)</b>
<b>Valor neto contable</b>	<b>682.981</b>				<b>603.798</b>

Las altas corresponden a la adquisición de derechos audiovisuales para su emisión futura. Las bajas se corresponden principalmente con derechos cuyo plazo de emisión ya ha vencido y se encuentran totalmente amortizados, por lo que la Sociedad ha procedido a darlos de baja en el balance. Asimismo, durante el ejercicio 2017 se han enajenado principalmente elementos del inmovilizado intangible que han dado lugar a una pérdida por importe de 216 miles de euros.

Las provisiones existentes al cierre de los ejercicios 2017 y 2016 corresponden al valor neto contable de aquellos derechos que, aun teniendo una fecha de vencimiento posterior al 31 de diciembre de 2017 y 2016, no entran en los planes de emisión futuros de las cadenas a la fecha de formulación de las Cuentas Anuales. Si, en su caso, llegaran a emitirse en alguna de las cadenas de la Sociedad 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 pérdidas y ganancias.

Del total del importe registrado en el epígrafe de derechos audiovisuales, clasificado como activo no corriente en el balance a 31 de diciembre de 2017, cuyo porcentaje de consumo en los 12 meses siguientes al cierre será un 86% aproximadamente (90% en 2016).

Al cierre del periodo 2017 existen compromisos firmes de compra de Derechos de Propiedad Audiovisual, con inicio a partir del 1 de enero de 2018 por un total de 54.731 miles de dólares USA y 144.206 miles de euros. De los compromisos firmes de compra de Derechos de Propiedad Audiovisual se han desembolsado anticipos que a 31 de diciembre de 2017 ascienden al total de 1.635 miles de euros.

Al cierre del periodo 2016 existían compromisos firmes de compra de Derechos de Propiedad Audiovisual, con inicio a partir del 1 de enero de 2017 por un total de 47.191 miles de dólares USA y 204.291 miles de euros. De dichos compromisos firmes de compra de Derechos de Propiedad Audiovisual se habían desembolsado anticipos que a 31 de diciembre de 2016 ascendían al total de 1.637 miles de euros.

Por otro lado, a 31 de diciembre de 2017 no existe ningún importe desembolsado en concepto de Anticipos de Series de Ficción. Este total desembolsado ascendía a 1.242 miles de euros a 31 de diciembre de 2016.

A 31 de diciembre de 2017 y 2016, el importe de los bienes totalmente amortizados y en uso ha sido el siguiente:

	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Derechos de Marca	-	13.697
Aplicaciones informáticas	17.486	16.176
Derechos de coproducción	2.139	2.139
Derechos de distribución	9.066	10.371
Derechos de series de ficción	1.426.736	1.369.799
Doblajes y otros trabajos	11.459	11.501
Master y aduanas	5	6
Otros trabajos auxiliares	539	539
	<b>1.467.430</b>	<b>1.424.228</b>

El importe de los elementos de inmovilizado intangible adquiridos a empresas del grupo en el año 2017 asciende a 10.692 miles de euros (959 miles de euros en el año 2016) (Nota 19).

Fondo de comercio y activos intangibles asignados a unidades generadoras de efectivo

Durante el ejercicio 2017 y 2016 se ha amortizado el fondo de comercio y la licencia de transmisión de señal por importe de 28.798 y 8.500 miles de euros respectivamente cada año. Esta amortización corresponde al 10% del valor del fondo de comercio y de la licencia y se ha realizado en aplicación del Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre.

A 31 de diciembre de 2017 la Sociedad, con base en el test de deterioro realizado, no ha identificado indicios de deterioro ni en el fondo de comercio ni en la licencia. El test de deterioro se ha realizado comparando el valor recuperable de la unidad generadora de efectivo donde están asignados el fondo de comercio y los activos intangibles con el valor contable de dicha unidad generadora de efectivo.

La unidad generadora de efectivo es el negocio de televisión en abierto.

De cara al oportuno test de deterioro de dicho fondo de comercio y de la licencia de transmisión de señal, la Sociedad 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. Las hipótesis de dichas proyecciones de flujos futuros incluyen la mejor estimación del comportamiento del mercado publicitario, así como de audiencias y de la evolución de los costes.

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

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

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

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

- Contexto macroeconómico: Con base en las proyecciones macroeconómicas publicadas por distintos organismos públicos y privados, hemos considerado una fase de crecimiento estable en España para los próximos años e igualmente, en particular, para el sector de la televisión en abierto.
- Evolución del mercado publicitario de televisión en abierto: Hemos considerado un mercado publicitario estable y sostenible hasta 2021, en línea con la evolución estimada de la economía española y en el que la Sociedad detenta una cuota en línea con las obtenidas en los últimos ejercicios.

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

Las proyecciones cubren un período de 5 años y para los flujos no contemplados en las mismas, las rentas perpetuas se han estimado utilizando crecimientos de en torno al 2%, (la misma tasa utilizada en el ejercicio anterior). 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 utilizada está en un rango entre el 8% y el 9%, en línea con el ejercicio anterior.

En relación al valor de mercado, la capitalización bursátil de la Sociedad a 31 de diciembre de 2017 asciende a 3.151.339 miles de euros, cifra muy superior al valor contable de la unidad generadora de efectivo identificada, no existiendo por tanto deterioro del Fondo de Comercio ni de los activos intangibles.

### Sensibilidad frente a cambios en las hipótesis

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

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

## 7. Inversiones en Empresas del grupo y asociadas a largo plazo

La composición y movimientos de las inversiones en empresas del grupo y asociadas a largo plazo en los ejercicios 2017 y 2016 han sido los siguientes:

<b>Ejercicio 2017</b>	<b>01.01.17</b>	<b>Altas</b>	<b>Bajas</b>	<b>Trasposos</b>	<b>31.12.17</b>
<b>Coste</b>					
Instrumentos de patrimonio	474.367	7.417	(17.162)	-	464.622
Correcciones valorativas por deterioro	(347.888)	-	4.415	-	(343.473)
<b>Total Instrumentos de patrimonio</b>	<b>126.479</b>	<b>7.417</b>	<b>(12.747)</b>	<b>-</b>	<b>121.149</b>
Créditos a empresas del grupo y asociadas	66.993	5.411	(11.176)	-	61.228
Correcciones valorativas	(15.684)	-	6.633	-	(9.051)
<b>Total empresas del grupo y asociadas (Nota 8)</b>	<b>51.309</b>	<b>5.411</b>	<b>(4.543)</b>	<b>-</b>	<b>52.177</b>
	<b>177.788</b>	<b>12.828</b>	<b>(17.290)</b>	<b>-</b>	<b>173.326</b>

<b>Ejercicio 2016</b>	<b>01.01.16</b>	<b>Altas</b>	<b>Bajas</b>	<b>Trasposos</b>	<b>31.12.16</b>
<b>Coste</b>					
Instrumentos de patrimonio	473.493	874	-	-	474.367
Correcciones valorativas por deterioro	(343.182)	(4.706)	-	-	(347.888)
<b>Total Instrumentos de patrimonio</b>	<b>130.311</b>	<b>(3.832)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>126.479</b>
Créditos a empresas del grupo y asociadas	43.196	1.486	(8.085)	30.396	66.993
Correcciones valorativas	(17.419)	(1.016)	2.751	-	(15.684)
<b>Total empresas del grupo y asociadas (Nota 8)</b>	<b>25.777</b>	<b>470</b>	<b>(5.334)</b>	<b>30.396</b>	<b>51.309</b>
	<b>156.088</b>	<b>(3.362)</b>	<b>(5.334)</b>	<b>30.396</b>	<b>177.788</b>

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

### 7.1 Descripción de las inversiones en empresas del grupo y asociadas

La información relativa a las inversiones en empresas del grupo y asociadas es la siguiente:

Compañía	31.12.17 Participación directa (%)	31.12.16 Participación directa (%)	Actividad
Empresas del grupo y asociadas:			
Publiespaña, S.A.U. Ctra. de Fuencarral a Alcobendas, 4, 2804 Madrid	100	100	Concesionaria exclusiva publicidad en Mediaset España
Premiere Megaplex, S.A. C/ Enrique Jardiel Poncela, 4, 28016 Madrid	-	100	Actividades propias de un operador de juego y apuestas
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U. Ctra. de Fuencarral a Alcobendas, 4, 28049 Madrid	100	100	Explotación de derechos, producción y distribución de publicaciones.
Telecinco Cinema, S.A.U. Ctra. de Fuencarral a Alcobendas, 4, 28049 Madrid	100	100	Servicios de difusión de televisión e intermediación en mercados de derechos audiovisuales
Conecta 5 Telecinco, S.A.U. Ctra. De Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid	100	100	Explotación de contenidos audiovisuales en internet
Mediacinco Cartera, S.L.U. Ctra. De Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid	100	75	Servicios de intermediación y gestión financiera
Pegaso Televisión, Inc. Brickell Avenue, 1401 - Suite 33131 - Miami, Florida	43,71	43,71	Emisoras de televisión y producción de contenidos televisivos
Producciones Mandarina, S.L. C/María Tubau, 3 4º, 28050 Madrid	30	30	Producción de Programas audiovisuales
La Fábrica de la Tele, S.L. C/Ángel Ganivet, 18, 28007 Madrid	30	30	Producción de Programas audiovisuales
Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.) Ctra. De Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid	100	100	Gestión y comercialización de publicidad
Sogecable Editorial, S.L.U. Ctra. De Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid	100	100	Gestión de derechos de propiedad intelectual
Supersport Televisión, S.L. C/Federico Mompou, 5-BIS 28049 Madrid	30	30	Producción de Programas para televisión e Internet
Emissions Digitals de Catalunya, S.A. Avda. Diagonal, 477 pl. 16 08036 Barcelona	-	34,66	Promoción, producción, explotación y gestión por cuenta propia o ajena, directa o indirectamente, de toda clase de actividades relacionadas con la radiodifusión y la televisión
Concursos Multiplataformas, S.A.U. Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid	100	-	Actividades de juegos de azar y apuestas
Alea Media, S.A.(*) Avda. de Alfonso XIII 2802 Madrid	40	100	Producción de Programas audiovisuales
Melodía Producciones, S.L. C/Rejas, 2 4º 28821 Coslada (Madrid)	40	-	Producción de Programas audiovisuales

(\*) Anteriormente denominada Integración Transmedia, S.A.U.

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

Información relativa al ejercicio terminado el 31.12.17								
Sociedad	Valor neto contable al 31.12.17	Porcentaje de participación	Capital	Reservas	Beneficios (pérdidas) del ejercicio	Total patrimonio neto	Resultado de explotación	Dividendos registrados en resultados en ejercicio 2017
Publiespaña, S.A.U.	74.436	100	601	(17.626)	67.095	50.070	88.413	65.919
Premiere Megaplex, S.A.U. (**)	-	-	-	-	-	-	-	2.150
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	120	100	120	2.823	4.498	7.441	5.999	649
Telecinco Cinema, S.A.U.	-	100	160	(10.177)	6.287	(3.730)	6.856	-
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	958	100	62	890	5	957	(227)	-
Mediacinco Cartera, S.L.U. (*)	36.075	100	50	36.330	(306)	36.074	(2)	-
Pegaso Televisión, Inc. (*)	1.923	44	32.432	(18.821)	6	13.617	(28.792)	-
Advertisement 4 Adventure, S.L.U.	6.872	100	55	7.017	(200)	6.872	(19)	-
Sogecable Editorial, S.L.U. (*)	3	100	3	287	97	387	129	154
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	585	100	60	430	1.556	2.046	2.076	-
La Fábrica de la Tele, S.L.	40	30	13	3.526	4.295	7.834	5.727	1.289
Producciones Mandarina, S.L.	90	30	5	6.811	201	7.017	(523)	394
Supersport Televisión, S.L.	21	30	70	1.455	1.474	2.999	1.972	446
Alea Media, S.A.(*)	25	40	60	(19)	11	52	15	-
Melodia Producciones, S.L. (*)	1	40	3	-	(186)	(183)	(238)	-
	<b>121.149</b>							

(\*) Datos no sometidos a auditoría.

(\*\*) Vendida con fecha 22-03-17

Información relativa al ejercicio terminado el 31.12.16								
Sociedad	Valor neto contable al 31.12.16	Porcentaje de participación	Capital	Reservas	Beneficios (pérdidas) del ejercicio	Total patrimonio neto	Resultado de explotación	Dividendos registrados en resultados en ejercicio 2016
Publiespaña, S.A.U.	74.436	100	601	(22.626)	70.919	48.894	90.421	75.570
Premiere Megaplex, S.A.U.	6.383	100	231	1.562	1.037	2.830	1.508	-
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	120	100	120	(677)	4.149	3.592	5.529	4.049
Telecinco Cinema, S.A.U.	-	100	160	(12.978)	2.852	(9.966)	4.397	-
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	952	100	62	1.896	(1.006)	952	(1.526)	-
Mediacinco Cartera, S.L.U. (*)	27.285	75	50	36.839	(509)	36.380	(1)	-
Pegaso Televisión, Inc. (*)	1.486	44	358	3.488	(446)	3.400	-	-
Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (*)	6.800	100	55	9.057	(2.312)	6.800	(31)	-
Sogecable Editorial, S.L.U. (*)	3	100	3	287	154	444	206	163
La Fábrica de la Tele, S.L.	40	30	13	3.526	3.770	7.309	5.025	1.682
Producciones Mandarina, S.L.	90	30	5	6.811	1.215	8.031	860	392
Supersport Televisión, S.L.	21	30	70	1.455	1.488	3.013	1.989	350
Emissions Digitals de Catalunya, S.A. (**)	8.800	35	4.230	(2.858)	(6.498)	(5.126)	(6.438)	-
Integración Transmedia, S.A.U.	63	100	60	32	(51)	41	(2)	-
	<b>126.479</b>							

(\*) Datos no sometidos a auditoría.

Ninguna de las sociedades del Grupo o Asociadas cotiza en bolsa.

El detalle del valor neto contable de los créditos concedidos a largo plazo a empresas del grupo a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

	Miles de euros	
	2017	2016
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	6.000	6.000
Telecinco Cinema, S.A.U.	24.762	18.475
Mediacinco Cartera, S.L.U.	17.046	22.648
	<b>47.808</b>	<b>47.123</b>

El tipo aplicable al crédito a largo plazo concedido a Mediacinco Cartera, S.L.U. son EURIBOR a tres meses más un diferencial de 200 puntos básicos. Para el resto el tipo aplicable es el EURIBOR a un mes más un diferencial de 250 puntos básicos.

El detalle del valor neto contable de los créditos concedidos a empresas asociadas a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

	Miles de euros	
	2017	2016
Pegaso Televisión, Inc	3.679	4.186
Alea Media, S.L.	210	-
Melodia Producciones, S.L.	480	-
	<b>4.369</b>	<b>4.186</b>

Los tipos aplicables a estos créditos son el EURIBOR a un mes más un diferencial de 200 puntos básicos.

## **7.2 Descripción de los principales movimientos**

### **7.2.1 Instrumentos de patrimonio**

a) Principales movimientos acaecidos en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017:

#### Venta participación en Premiere Megaplex, S.A.U.

Con fecha 22 de marzo de 2017 la Sociedad procedió a la venta del 100% del Capital Social de Premiere Megaplex, S.A.U. a Betsson Perch Investments AB al precio de 3.050 miles de euros.

#### Venta participación en Integración Transmedia, S.A.U. (actualmente Alea Media, S.A.)

Con fecha 25 de enero de 2017 la Sociedad procedió a la venta del 60% del Capital Social de Integración Transmedia, S.A.U. a dos personas físicas, el 5% y el 55% respectivamente al precio de 25 miles de euros.

En dicha fecha la sociedad acuerda modificar la denominación social a Alea Media, S.A.

#### Venta participación en Emissions Digitals de Catalunya, S.A.

Con fecha 31 de mayo de 2017 la Sociedad procedió a la venta de su participación en Emissions Digital de Catalunya, S.A. a Catalunya Comunicació, S.L. al precio de 8.800 miles de euros.

#### Adquisición Concursos Multiplataformas, S.A.U.

Con fecha 24 de febrero de 2017 la Sociedad adquirió a Premiere Megaplex, S.A.U. el 100% del Capital Social de la Sociedad Concursos Multiplataformas, S.A.U. representado por 60.000 acciones nominativas de 1 euro de valor nominal por importe total de 525 miles de euros.

#### Adquisición Melodía Producciones, S.L.

Con fecha 3 de abril de 2017 la Sociedad adquirió de Melodía Producciones, S.L. acciones representativas del 40% de su Capital Social desembolsadas íntegramente a un precio de 1 miles de euros.

#### Adquisición adicional de capital en Mediacinco Cartera, S.L.U.

Con fecha 23 de octubre de 2017 la Sociedad procedió a aumentar su inversión en Mediacinco Cartera, S.L. en 6.805 miles de euros. Con dicho aumento se adquiere el 100% de su Capital Social.

b) Principales movimientos acaecidos en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2016:

Adquisición Integración Transmedia, S.A.U.

Con fecha 12 de diciembre de 2016 la Sociedad adquirió a Publiespaña, S.A.U. el 100% del Capital Social de la sociedad Integración Transmedia, S.A.U. representado por 60.000 acciones nominativas de 1 euro de valor nominal cada una, desembolsadas íntegramente a un precio de 63 miles de euros.

Aumento de capital en Emissions Digitals de Catalunya, S.A.

El 29 de junio de 2016 se realizó una ampliación de capital en Emissions Digitals de Catalunya, S.A. a la que la Sociedad contribuyó con 811 miles de euros (se suscribieron 154 nuevas acciones de 1.000 euros de valor nominal). Al ser dicha aportación inferior en términos proporcionales a la del resto de los accionistas, el porcentaje de participación pasó del 40% al 34,66%.

**7.2.2. Créditos a empresas del grupo a largo plazo**

Préstamo participativo a Telecinco Cinema, S.A.U.

El importe de los préstamos participativos a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es de 28.500 miles de euros. Debido a la situación patrimonial de la sociedad Telecinco Cinema, S.A.U. hay provisiones por importe de 3.738 miles de euros en 2017 y 10.025 miles de euros en 2016.

Préstamo participativo a Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

En el ejercicio 2017 y 2016 la Sociedad mantiene un préstamo participativo con Conecta 5 Telecinco, S.A.U. por importe de 6.000 miles de euros.

Crédito a largo plazo de Mediacinco Cartera, S.L.U.

El saldo al cierre del ejercicio 2016 asciende a 22.648 miles de euros. Los intereses devengados en el ejercicio 2016 han sido de 507 miles de euros.

En julio de 2017 se ha realizado una amortización parcial de 10.168 miles de euros. En octubre de 2017 fruto de la adquisición del 25% del capital restante a Mediaset Investment S.A.R.L. la Sociedad asume el crédito que poseía Mediaset Investment S.A.R.L. ante Mediacinco Cartera, S.L.U. por importe de 4.247 miles de euros. El saldo al cierre del ejercicio 2017 asciende a 17.046 miles de euros. El tipo de interés fijado es Euribor a 3 meses más un diferencial de mercado. Los intereses devengados no pagados en el ejercicio 2017 han sido 319 miles de euros.

### **7.2.3. Créditos a empresas asociadas a largo plazo**

#### Crédito a largo plazo a Pegaso Televisión, Inc

En el ejercicio 2017 el valor neto del crédito a largo plazo a Pegaso Television, Inc es de 3.679 miles de euros (4.186 miles de euros en 2016).

#### Crédito a largo plazo a Alea Media, S.A.

En el ejercicio 2017 la Sociedad mantiene un préstamo participativo con Alea Media, S.A. consistente en una línea de crédito por importe de 800 miles de euros. El saldo dispuesto a 31 de diciembre de 2017 asciende a 210 miles de euros. El tipo de interés fijado es Euribor más un diferencial de mercado. La fecha de vencimiento fijada es el 31 de diciembre de 2020.

#### Crédito a largo plazo a Melodía Producciones, S.L.

En el ejercicio 2017 la Sociedad mantiene un préstamo participativo con Melodía Producciones, S.L. consistente en una línea de crédito por importe de 500 miles de euros. El saldo dispuesto a 31 de diciembre de 2017 asciende a 480 miles de euros. El tipo de interés fijado es Euribor más un diferencial de mercado. La fecha de vencimiento fijada es de 20 de abril de 2021.

### **7.3. Prueba de deterioro**

#### Emissions Digitals de Catalunya, S.A.

A 31 de diciembre de 2016 en base a los acuerdos de accionistas vigentes entre los socios, se reconoció un deterioro de la participación por importe de 811 miles de euros.

Con fecha de 31 de mayo de 2017 se procedió a la venta del porcentaje que la Sociedad mantenía en esta compañía. En el segundo semestre de 2017 se ejecutó dicha venta.

#### Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

Debido a las características de la actividad de esta participada no es posible obtener una valoración fiable del importe recuperable a través del valor actual de los flujos de efectivo futuros derivados de la inversión, ni mediante la estimación de los dividendos a percibir. Por ello, la Sociedad ajustó la valoración en función del patrimonio neto de la participada al cierre del ejercicio 2017 por importe de 11.813 miles de euros (11.818 miles de euros en 2016).

#### Telecinco Cinema, S.A.U.

Debido a las características de la actividad de esta participada, que se dedica a la realización de coproducciones cinematográficas en ejecución de la norma legal que obliga a ello a las concesionarias de televisión, no es posible obtener una valoración fiable del importe recuperable a través del valor actual de los flujos de efectivo futuros

derivados de la inversión, ni mediante la estimación de los dividendos a percibir, al depender del número de producciones que se realicen en el futuro, del tipo de producción y de su éxito comercial. Por ello, la Sociedad ha ajustado la valoración en función del patrimonio neto de la participada al cierre de los ejercicios 2017 y 2016. Dado que el valor de los fondos propios de Telecinco Cinema, S.A.U. ha sido negativo se ha procedido a provisionar parcialmente el crédito a largo plazo concedido a esta sociedad según lo descrito en la Nota 7.2.2.

Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.)

Debido a las características de la actividad de esta participada no es posible obtener una valoración fiable del importe recuperable a través del valor actual de los flujos de efectivo futuros derivados de la inversión, ni mediante la estimación de los dividendos a percibir. Por ello, la Sociedad ajustó la valoración en función del patrimonio neto de la participada al cierre del ejercicio 2017 por importe 9.124 miles de euros (9.196 miles de euros en 2016).

## 8. Instrumentos Financieros

### 8.1 Activos Financieros

Los activos financieros correspondientes a inversiones en instrumentos de patrimonio de otras empresas han sido descritos en la Nota 7. La composición del resto de activos financieros en los ejercicios 2017 y 2016 es la siguiente:

(Miles de euros)	Créditos, derivados y otros	
	2017	2016
Activos financieros a largo plazo		
Activos a valor razonable con cambios en pérdidas y ganancias		
Mantenidos para negociar	-	-
Otros	-	-
Inversiones mantenidas hasta el vencimiento	-	-
Préstamos y partidas a cobrar	52.442	51.625
Activos disponibles para la venta	-	-
Valorados a valor razonable	-	-
Valorados a coste	-	-
Derivados	-	-
<b>total</b>	<b>52.442</b>	<b>51.625</b>
Activos financieros a corto plazo		
Activos a valor razonable con cambios en pérdidas y ganancias		
Mantenidos para negociar	-	-
Otros	-	-
Inversiones mantenidas hasta el vencimiento	-	-
Préstamos y partidas a cobrar	269.151	264.429
Activos disponibles para la venta	-	-
Valorados a valor razonable	-	-
Valorados a coste	-	-
Activos no corrientes mantenidos para la venta	-	-
Derivados	-	629
<b>total</b>	<b>269.151</b>	<b>265.058</b>
	<b>321.593</b>	<b>316.683</b>

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

Estos importes se incluyen en las siguientes partidas del balance:

(Miles de euros)	Total	
	2017	2016
Activos financieros no corrientes		
Inversiones en empresas del grupo y asociadas		
Créditos a empresas (Nota 19)	52.177	51.309
Inversiones financieras a largo plazo	265	316
total	52.442	51.625
Activos financieros corrientes		
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (Nota 10)	227.710	222.863
Inversiones en empresas del grupo y asociadas a corto plazo	41.336	41.500
Inversiones financieras a corto plazo	105	695
total	269.151	265.058
	<b>321.593</b>	<b>316.683</b>

a) Préstamos y partidas a cobrar

	Miles de euros	
	2017	2016
Activos financieros a largo plazo		
Créditos a empresas del grupo (notas 7 y 19)	52.177	51.309
Créditos a terceros	250	300
Fianzas entregadas y pagos anticipados	15	16
	<b>52.442</b>	<b>51.625</b>
Activos financieros a corto plazo		
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (nota 10)	227.710	222.863
Créditos a empresas del grupo (nota 19)	41.336	41.500
Fianzas entregadas y pagos anticipados	55	66
	<b>269.101</b>	<b>264.429</b>

Créditos a empresas del grupo a corto y largo plazo

Los créditos a empresas del grupo a largo plazo han sido explicados en la Nota 7.2.2.

Los créditos a empresas del grupo a corto plazo son:

*Pólizas de crédito recíproco:* los tipos de interés aplicables a estas financiaciones son de EURIBOR más un diferencial de mercado. La financiación de Empresas del Grupo corresponde a pólizas de crédito recíproco.

*Créditos por efecto impositivo:* Se recoge también en este epígrafe los créditos por efecto impositivo con las sociedades del grupo derivados de la consolidación fiscal. El detalle de los mismos se desglosa en la Nota 19.

a) Instrumentos financieros derivados

La Sociedad realiza operaciones con instrumentos financieros derivados 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. Dichos derivados, como se describe en la norma de valoración correspondiente (Nota 4.5), se registran como instrumentos de negociación con cambios de valor razonable en Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

A 31 de diciembre de 2017 la totalidad de los instrumentos derivados se encuentran encuadrados dentro de los pasivos financieros (ver Nota 8.2.b.4).

A continuación se presenta un desglose, de los valores nominales de los derivados financieros que mantenía en vigor la Sociedad a 31 de diciembre de 2016.

ACTIVOS	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en USD		Valor razonable k\$
		Dólares k\$	Tipo cierre (€/€)	
<b>Compra de divisas no vencidas:</b>				
Compras de dólares contra euros	12.957	14.405	1,0541	629
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	<b>12.957</b>	<b>14.405</b>	<b>1,0541</b>	<b>629</b>

A 31 de diciembre de 2017, la Sociedad no mantiene instrumentos financieros de activo.

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

**8.2 Pasivos Financieros**

La composición de los pasivos financieros en los ejercicios 2017 y 2016 es la siguiente:

(Miles de euros)	Deudas con entidades				Total	
	de crédito		Derivados y otros		2017	2016
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
<b>Pasivos financieros a largo plazo</b>						
Débitos y partidas a pagar	-	-	258	6.113	258	6.113
Pasivos a valor razonable con cambios en pérdidas y ganancias	-	-	-	-	-	-
Mantenidos para negociar	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-
Derivados	-	-	-	-	-	-
	-	-	258	6.113	258	6.113
<b>Pasivos financieros a corto plazo</b>						
Débitos y partidas a pagar	3	19	351.691	335.378	351.694	335.397
Pasivos a valor razonable con cambios en pérdidas y ganancias	-	-	-	-	-	-
Mantenidos para negociar	-	-	-	-	-	-
Derivados	-	-	1.014	23	1.014	23
	3	19	352.705	335.401	352.708	335.420
	<b>3</b>	<b>19</b>	<b>352.963</b>	<b>341.514</b>	<b>352.966</b>	<b>341.533</b>

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

Estos importes se incluyen en las siguientes partidas de balance:

(Miles de euros)	Total	
	2017	2016
Pasivos financieros a largo plazo		
Deudas a largo plazo	258	6.113
	258	6.113
Pasivos financieros corrientes		
Deudas a corto plazo	54.224	66.498
Deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo (nota 19)	147.759	143.943
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	150.725	124.979
	352.708	335.420
	<b>352.966</b>	<b>341.533</b>

### a) Deudas con entidades de crédito

Durante el año 2017 se mantienen líneas de crédito por importe de 255.000 miles de euros (280.000 miles de euros en 2016) con un tipo de interés de EURIBOR y un diferencial de mercado en línea con la solvencia de la Sociedad.

Los vencimientos de los 255.000 miles de euros de estas líneas de crédito se distribuyen a lo largo de 2018. Al 31 de diciembre de 2017 y 2016 no hay saldos dispuestos de dichas líneas de crédito.

### b) Derivados y otros

#### b.1) Deudas a largo plazo

Este epígrafe comprendía principalmente un préstamo concedido por Catalunya Comunicació, S.L. por importe de 8.800 miles de euros para la adquisición de la participación Emissions Digitals de Catalunya, S.A. de los cuales 1.238 se encontraban clasificados a 31 de diciembre de 2016 a corto plazo. El vencimiento previsto de este préstamo era de cuatro años a un tipo de interés del 2%. En el ejercicio 2016 se amortizó por importe de 1.449 miles de euros.

Tal como se especifica en la Nota 7.2.1. con fecha 31 de mayo de 2017 la Sociedad procedió a la venta de su participación en Emission Digitals de Catalunya, S.A. procediéndose a la cancelación del saldo pendiente del préstamo formalizado con Catalunya Comunicació, S.L. (7.200 miles de euros).

#### b.2) Deudas con empresas del grupo

Los tipos de interés aplicables a estas financiaciones son de EURIBOR más un diferencial de mercado. La financiación de Empresas del Grupo corresponde a pólizas de crédito recíproco. Se recoge también en este epígrafe las deudas por efecto impositivo con las sociedades del grupo derivados de la consolidación fiscal. El detalle de estos saldos se especifica en la Nota 19.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

**b.3) Otros**

El detalle de este epígrafe al 31 de diciembre de 2017 y de 2016 es el siguiente:

	<b>Saldo 31.12.17</b>	<b>Saldo 31.12.16</b>
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	150.725	124.979
Otros pasivos financieros	53.207	66.456
	<b>203.932</b>	<b>191.435</b>

Otros pasivos financieros corresponden principalmente a deudas a corto plazo con proveedores de derechos audiovisuales.

**b.4) Instrumentos financieros derivados**

La Sociedad realiza operaciones con instrumentos financieros derivados 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, y que están contabilizados en el balance de la Sociedad. Dichos derivados como se describe en la norma de valoración correspondiente, se registran como instrumentos de negociación.

A continuación se presenta un desglose, de los valores nominales de los derivados financieros que mantiene en vigor la Sociedad a 31 de diciembre de 2017.

<b>PASIVOS</b>	<b>Nominal / Plazo de vencimiento hasta 1 año</b>	<b>Importe en USD</b>		<b>Valor razonable k€</b>
		<b>Dólares k\$</b>	<b>Tipo cierre (€/€)</b>	
<b>Compra de divisas no vencidas:</b>				
Compras de dólares contra euros	12.888	14.351	1,1993	(1.014)
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	<b>12.888</b>	<b>14.351</b>	<b>1,2141</b>	<b>(1.014)</b>

A continuación se presenta un desglose, de los valores nominales de los derivados financieros que mantenía en vigor la Sociedad a 31 de diciembre de 2016.

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

PASIVOS	Nocional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en USD		Valor razonable k€
		Dólares k\$	Tipo cierre (€/€)	
<b>Compra de divisas no vencidas:</b>				
Compras de dólares contra euros	-	-	-	-
Venta de dólares contra euros	363	408	1,0541	(23)
Neto	<b>363</b>	<b>408</b>	<b>1,2141</b>	<b>(23)</b>

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

### 8.3 Política de gestión de riesgo

Las operaciones de la Sociedad están expuestas a distintas tipologías básicas de riesgo financiero:

#### 1. Riesgo de crédito

El riesgo de crédito se produce por la posible pérdida causada por el incumplimiento de las obligaciones contractuales de las contrapartes de la Sociedad, es decir, por la posibilidad de no recuperar los activos financieros por el importe contabilizado y en el plazo establecido.

La exposición máxima al riesgo de crédito al 31 de diciembre de 2017 y 2016 es la siguiente:

	Miles de euros	
	2017	2016
Créditos a empresas del grupo y asociadas a largo plazo	52.177	51.309
Inversiones financieras a largo plazo	265	316
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	227.710	222.863
Créditos a empresas del grupo y asociadas a corto plazo	41.336	41.500
Inversiones financieras a corto plazo	105	695
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	97.369	145.378
	<b>418.962</b>	<b>462.061</b>

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

#### Actividades operativas

La mayor parte del saldo de deuda comercial se refiere a operaciones con empresas del Grupo y que se consideran sin riesgo.

La distribución de los saldos de clientes (grupo y terceros) a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es como sigue:

	2017		2016	
	Nº de clientes	Miles de euros	Nº de clientes	Miles de euros
Con saldo superior a 1.000 miles de euros	2	221.023	1	214.474
Con saldo entre 1.000 miles de euros y 500 miles de euros	-	-	3	2.378
Con saldo entre 500 miles de euros y 200 miles de euros	9	2.394	8	2.592
Con saldo entre 200 miles de euros y 100 miles de euros	13	1.784	10	1.238
Con saldo inferior a 100 miles de euros	188	2.474	191	2.138
<b>Total</b>	<b>212</b>	<b>227.675</b>	<b>213</b>	<b>222.820</b>

En cuanto a la antigüedad de la deuda, la Sociedad realiza un seguimiento constante de la misma, no existiendo situaciones de riesgo significativas a finales del ejercicio. Al total del cuadro anterior hay que sumarle anticipos de remuneraciones por valor de 35 miles de euros a 31 de diciembre de 2017 (43 miles de euros a 31 de diciembre de 2016) para alcanzar el saldo de "Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar".

### Actividades de inversión

Existe un Manual de Procedimientos de Gestión de Riesgos Financieros que establece los criterios generales que gobiernan las inversiones de los excedentes de Tesorería de la Sociedad y que a grandes rasgos consisten en:

- Se realizan con entidades (nacionales o extranjeras) de reconocida solvencia.
- Se invierte en productos de naturaleza conservadora (depósitos bancarios, repos de deuda, etc.) que, en general tengan garantizado el reembolso del capital invertido.
- Las autorizaciones para las inversiones correspondientes están delimitadas en función de los apoderamientos otorgados a los altos directivos de la Sociedad y en todo caso, están enormemente restringidos (según importe, Consejeros Delegados, Director General de Gestión y Operaciones, 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.

## 2. Riesgo de mercado

El riesgo de mercado se produce por la posible pérdida causada por variaciones en el valor razonable o en los futuros flujos de efectivo de un instrumento financiero debidas a cambios en los precios de mercado.

Dado el nivel bajo o inexistente de deuda financiera, no existen riesgos financieros significativos asociados a movimientos por tipos de interés. Sin embargo y a efectos ilustrativos, se ha realizado un análisis de sensibilidad sobre el impacto en la Tesorería Neta de la Sociedad de ciertas modificaciones en los tipos de interés.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

La hipótesis utilizada es la siguiente: partiendo de nuestra Tesorería Neta al final del ejercicio, y tomando como referencia el Euribor mes a 31 de diciembre, aplicamos una variación de entre -10 +50 puntos básicos en el ejercicio 2017 y una variación de -10 +50 puntos básicos en el ejercicio 2016.

El análisis de sensibilidad realizado, demuestra que las variaciones en el tipo de interés aplicado sobre la Tesorería Neta, tendrían un impacto a 31 de diciembre, que en todo caso no sería significativo, y que afectaría exclusivamente al importe de los ingresos financieros.

	Tipo de Referencia (Eur)	Tesorería Neta k€	Intereses anuales k€	50 b.p.	Intereses anuales k€	-10 b.p.	Intereses anuales k€
31-12-17	-0,368	123.776	(455)	0,132	163	-0,468	(579)
31-12-16	-0,368	165.415	(609)	0,132	218	-0,468	(774)

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

El valor expuesto en balance de dichos instrumentos financieros, ha sido ajustado 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 (7,45% para el 2017 y un 10,52% para el 2016).

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 es no significativo.

**SEGUROS DE CAMBIO IMPORTACIÓN**

31/12/2017			31/12/2016		
USD k\$	T.C.	Diferencias k€	USD k\$	T.C.	Diferencias k€
14.351	1,1993	(1.014)	14.405	1,0541	629
<b>Análisis de sensibilidad</b>					
14.351	1,1100	(67)	14.405	0,9432	2.212
14.351	1,2886	(1.833)	14.405	1,1650	(655)

**SEGUROS DE CAMBIO EXPORTACIÓN**

31/12/2017			31/12/2016		
USD k\$	T.C.	Diferencias k€	USD k\$	T.C.	Diferencias k€
-	-	-	408	1,0541	(23)
<b>Análisis de sensibilidad</b>					
-	-	-	408	0,9432	(68)
-	-	-	408	1,1650	14

### 3. Riesgo de liquidez

La estructura financiera de la Sociedad presenta un bajo riesgo de liquidez dado la ausencia de apalancamiento financiero y la recurrencia de la tesorería operativa generada cada año.

El riesgo de liquidez vendría motivado por la posibilidad de que la Sociedad no pudiera 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 de la Sociedad es mantener las disponibilidades líquidas necesarias para atender las necesidades operativas.

Las políticas de la Sociedad establecen los límites mínimos de liquidez que se deben mantener en todo 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 de la Sociedad para afrontar sus necesidades operativas así como la posibilidad de financiar a corto plazo nuevos proyectos de inversión. Al cierre del 2017 las líneas de crédito abiertas ascienden a 255.000 miles de euros (siendo el disponible la misma cantidad). En el ejercicio 2016 las líneas de crédito abiertas ascendieron a 280.000 miles de euros (siendo el disponible la misma cantidad). Las citadas líneas están contratadas en condiciones financieras muy competitivas considerando la situación del mercado, lo que avala la percepción de solvencia y solidez de que goza la Sociedad en el ámbito financiero (Nota 8.2).

Los vencimientos contractuales, no descontados, de los pasivos financieros al 31 de diciembre de 2017 son los siguientes:

	Miles de euros				Total
	Hasta 6 meses	Entre 6 meses y 1 año	Entre 1 año y 5 años	Más de 5 años	
Deudas a largo plazo	-	-	258	-	258
Deudas a corto plazo	54.221	3	-	-	54.224
Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	-	147.759	-	-	147.759
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	111.964	38.761	-	-	150.725
	<b>166.185</b>	<b>186.523</b>	<b>258</b>	-	<b>352.966</b>

Los vencimientos contractuales, no descontados, de los pasivos financieros al 31 de diciembre de 2016 son los siguientes:

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

	Miles de euros				Total
	Hasta 6 meses	Entre 6 meses y 1 año	Entre 1 año y 5 años	Más de 5 años	
Deudas a largo plazo	-	-	6.113	-	6.113
Deudas a corto plazo	66.479	19	-	-	66.498
Deudas con empresas del Grupo y asociadas a corto plazo	-	143.943	-	-	143.943
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	89.166	35.813	-	-	124.979
	<b>155.645</b>	<b>179.775</b>	<b>6.113</b>	<b>-</b>	<b>341.533</b>

Los vencimientos contractuales, no descontados, de los activos financieros al 31 de diciembre de 2017 son los siguientes:

	Miles de euros				Total
	Hasta 6 meses	Entre 6 meses y 1 año	Entre 1 año y 5 años	Más de 5 años	
Activos financieros a largo plazo					
Créditos a empresas del grupo (nota 19)	-	-	47.808	-	47.808
Créditos a empresas asociadas	-	-	4.369	-	4.369
Créditos a terceros	-	-	250	-	250
Fianzas entregadas y pagos anticipados	-	-	-	15	15
Activos financieros a corto plazo					
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (nota 10)	221.997	5.713	-	-	227.710
Créditos a empresas del grupo (nota 19)	-	41.336	-	-	41.336
Fianzas entregadas y pagos anticipados	-	105	-	-	105
	<b>221.997</b>	<b>47.154</b>	<b>52.427</b>	<b>15</b>	<b>321.593</b>

Los vencimientos contractuales, no descontados, de los activos financieros al 31 de diciembre de 2016 eran los siguientes:

	Miles de euros				Total
	Hasta 6 meses	Entre 6 meses y 1 año	Entre 1 año y 5 años	Más de 5 años	
Activos financieros a largo plazo					
Créditos a empresas del grupo (nota 19)	-	-	47.123	-	47.123
Créditos a empresas asociadas	-	-	4.186	-	4.186
Instrumentos de patrimonio	-	-	-	-	-
Créditos a terceros	-	-	300	-	300
Fianzas entregadas y pagos anticipados	-	-	-	16	16
Activos financieros a corto plazo					
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (nota 10)	217.708	5.155	-	-	222.863
Créditos a empresas del grupo (nota 19)	-	41.500	-	-	41.500
Derivados	-	629	-	-	629
Fianzas entregadas y pagos anticipados	-	66	-	-	66
	<b>217.708</b>	<b>47.350</b>	<b>51.609</b>	<b>16</b>	<b>316.683</b>

#### **8.4 Información sobre el periodo medio de pago a proveedores. Disposición adicional tercera. “Deber de información” de la Ley 15/2010, de 5 de julio**

A continuación, se detalla la información requerida por la Disposición adicional tercera de la Ley 15/2010, de 5 de julio (modificada a través de la Disposición final segunda de la Ley 31/2014, de 3 de diciembre) preparada conforme a la Resolución del ICAC de 29 de enero de 2016, sobre la información a incorporar en la memoria de las Cuentas Anuales en relación con el periodo medio de pago a proveedores en operaciones comerciales para los ejercicios 2017 y 2016:

	2016	2017
<b>(Días)</b>		
Periodo medio de pago a proveedores	68	71
Ratio de operaciones pagadas	74	76
Ratio de operaciones pendientes de pago	<b>38</b>	<b>43</b>
<b>(Miles de euros)</b>		
Total pagos realizados	464.616	480.756
Total pagos pendientes	<b>83.835</b>	<b>95.551</b>

Conforme a la Resolución del ICAC, para el cálculo del período medio de pago a proveedores se han tenido en cuenta las operaciones comerciales correspondientes a la entrega de bienes o prestaciones de servicios devengadas desde la fecha de entrada en vigor de la Ley 31/2014, de 3 de diciembre.

Se consideran proveedores, a los exclusivos efectos de dar la información prevista en esta Resolución, a los acreedores comerciales por deudas con suministradores de bienes o servicios, incluidos en las partidas “Proveedores” y “Proveedores, empresas del grupo y asociadas” del Pasivo Corriente del Balance.

Se entiende por "Periodo medio de pago a proveedores" el plazo que transcurre desde la entrega de los bienes o la prestación de los servicios a cargo del proveedor y el pago material de la operación.

Cabe resaltar que la diferencia respecto al máximo estipulado en la normativa sobre morosidad se debe casi exclusivamente al riguroso control ejercitado por la Sociedad 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.

## 9. Existencias

Los saldos de este epígrafe al cierre del ejercicio son los siguientes:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Anticipos a proveedores de programas	239	466
Programas de producción propia	5.552	6.244
<b>Total</b>	<b>5.791</b>	<b>6.710</b>

## 10. Deudores Comerciales y otras Cuentas a cobrar

La composición de los deudores comerciales en los ejercicios 2017 y 2016 es la siguiente:

	<u>31.12.17</u>	<u>31.12.16</u>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	5.713	5.155
Clientes, empresas del grupo y asociadas (nota 19)	221.962	217.665
Deudores varios	-	-
Personal	35	43
Activos por impuesto corriente (nota 15)	15.155	13.565
	<b>242.865</b>	<b>236.428</b>

### *Correcciones valorativas:*

El saldo de clientes por ventas y prestaciones de servicios se presenta neto de correcciones por deterioro. El movimiento producido durante los ejercicios 2017 y 2016 en dichas correcciones es el siguiente:

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

	<b>Miles de euros</b>
Corrección acumulada al 1 de enero de 2016	7.310
Dotaciones netas de la provisión	(2.211)
Corrección acumulada al 31 de diciembre de 2016	<b>5.099</b>
Corrección acumulada al 1 de enero de 2017	5.099
Dotaciones netas de la provisión	(281)
Corrección acumulada al 31 de diciembre de 2017	<b>4.818</b>

El desglose de los saldos de los clientes por ventas y prestaciones de servicio denominado en moneda extranjera, para los ejercicios 2017 y 2016 es el siguiente:

	<b>2017</b>		<b>2016</b>	
	<b>Dólares k\$</b>	<b>Saldo en miles de euros al 31.12.17</b>	<b>Dólares k\$</b>	<b>Saldo en miles de euros al 31.12.16</b>
ACTIVO				
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	257	214	424	402

### 11. Periodificaciones a corto plazo

La composición de este epígrafe al 31 de diciembre es la siguiente:

	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Periodificaciones a corto plazo	12.387	6.431
	<b>12.387</b>	<b>6.431</b>

El importe reflejado en este epígrafe se deriva principalmente de la periodificación de los derechos de retransmisiones pendientes de emitir. El incremento del saldo al 31 de diciembre de 2017 se corresponde principalmente con ciertos derechos de retransmisión de eventos deportivos que tendrán lugar en el 2018.

**12. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes**

La composición de este epígrafe al 31 de diciembre de 2017 y 2016 es la siguiente:

	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Caja	23	26
Cuentas corrientes a la vista	97.346	145.352
	<b>97.369</b>	<b>145.378</b>

Las cuentas corrientes devengan el tipo de interés de mercado para este tipo de cuentas. No hay restricciones a la disponibilidad de los saldos.

**13. Fondos Propios**

## a) Capital escriturado

Al 31 de diciembre de 2017 el capital social de la Sociedad está representado por 336.717.490 acciones de 0,5 euros de valor nominal cada una de ellas (336.717.490 acciones de 0,5 euros de valor nominal al 31 de diciembre de 2016), representadas mediante anotaciones en cuenta. El capital social se halla totalmente suscrito y desembolsado y se distribuye de la manera siguiente:

<b>Titular</b>	<b>31.12.17</b>	<b>31.12.16</b>
Mediaset S.P.A.	50,20	50,20
Mercado	47,04	49,80
Acciones Propias	2,76	-
Total	<b>100</b>	<b>100</b>

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.

**Cotización en Bolsa:**

Las acciones de la Sociedad cotizan en Bolsa desde el 24 de junio de 2004. Desde el 3 de enero de 2005 forma parte del índice IBEX 35. Las acciones cotizan en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia.

## b) Prima de emisión

La prima de emisión es de libre distribución, su importe asciende a 409.041 miles de euros a 31 de diciembre de 2017 y 2016.

**c) Reserva legal**

Las sociedades están obligadas a destinar el 10% de los beneficios de cada ejercicio a la constitución de un fondo de reserva hasta que éste alcance, al menos, el 20% del capital social. Esta reserva no es distribuible a los accionistas y sólo podrá ser utilizada para cubrir, en el caso de no tener otras reservas disponibles, el saldo deudor de la cuenta de resultados. A fecha de cierre del ejercicio 2017 (y 2016) de estas Cuentas Anuales la Reserva legal está totalmente dotada.

**d) Reserva por Fondo de Comercio y otras reservas**

La reserva por Fondo de Comercio (57.596 miles de euros) se constituyó en ejercicios anteriores conforme al apartado 4 del artículo 273 del texto refundido de la ley de Sociedades de Capital (derogado con efectos 1 de enero de 2016) que establecía que debía dotarse anualmente por, al menos, un cinco por ciento del importe del fondo de comercio (Nota 6) que figurara en el activo del balance con cargo al beneficio del ejercicio o, de no ser suficiente, con cargo a reservas voluntarias, y era indisponible mientras que los fondos de comercio correspondientes figuraran registrados en el balance de la Sociedad.

Esta reserva es indisponible y, conforme a lo establecido en la disposición transitoria única del Real Decreto 602/2016, de 2 de diciembre, a partir del 1 de enero de 2016 el importe de la misma que supere el fondo de comercio contabilizado en el activo del balance, debe ser reclasificado a reservas voluntarias y tendría carácter disponible.

El resto de reservas son de libre disposición.

**e) Dividendos**

En la Junta General de Accionistas de 27 de abril de 2017, se acordó la siguiente distribución del beneficio del ejercicio 2016:

	<b>Miles de euros</b>
<b>Resultado del ejercicio 2016</b>	<b>147.201</b>
A dividendo	147.201
Total	<b>147.201</b>

El dividendo ordinario percibido equivale a 0,437166 euros por acción, tras descontar el importe correspondiente a las acciones propias de la sociedad.

Adicionalmente, se acordó la distribución de un dividendo extraordinario, con cargo a reservas de libre disposición, por importe total de 28.519 miles de euros, equivalente a 0,084696 euros por acción tras descontar el importe correspondiente a las acciones propias de la sociedad.

Ambos dividendos han sido abonados a los accionistas de Mediaset España Comunicación, S.A. el día 9 de mayo de 2017.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

f) Acciones y participaciones en patrimonio propias

El 23 de febrero de 2017 se comunicó a la CNMV el acuerdo por parte del Consejo de Administración de ejecutar un Programa de recompra de acciones propias por un importe máximo de 100 millones de euros con el objetivo de reducir el capital social de la Sociedad. Con fecha 28 de agosto de 2017 fue comunicada a la CNMV la finalización del Programa de Recompra de acciones propias anteriormente mencionado.

El movimiento de este epígrafe durante el período 2017 ha sido el siguiente:

	<b>Miles de euros</b>				
	<b>Saldo 31.12.16</b>	<b>Altas</b>	<b>Amortización</b>	<b>Bajas</b>	<b>Saldo 31.12.17</b>
Acciones Propias	-	100.822	-	322	100.500

El movimiento expresado en número de acciones durante el ejercicio es el que se detalla a continuación:

	<b>Número de acciones</b>				
	<b>Saldo 31.12.16</b>	<b>Altas</b>	<b>Amortización</b>	<b>Bajas</b>	<b>Saldo 31.12.17</b>
Acciones propias	-	9.311.275	-	29.000	9.282.275

El aumento del número de acciones propias durante el ejercicio 2017 se debe fundamentalmente a la ejecución del Programa de Recompra.

El movimiento de este epígrafe durante el periodo 2016 fue el siguiente:

	<b>Miles de euros</b>				
	<b>Saldo 31.12.15</b>	<b>Altas</b>	<b>Amortización</b>	<b>Bajas</b>	<b>Saldo 31.12.16</b>
Acciones Propias	214.837	91.659	303.285	3.211	-

El movimiento expresado en número de acciones durante el ejercicio 2016 es el que se detalla a continuación:

	<b>Número de acciones</b>				
	<b>Saldo 31.12.15</b>	<b>Altas</b>	<b>Amortización</b>	<b>Bajas</b>	<b>Saldo 31.12.16</b>
Acciones propias	19.476.506	10.293.034	29.457.794	311.746	-

La disminución del número de acciones propias durante el ejercicio 2016 se debe fundamentalmente a la reducción de capital aprobada por la Junta General de Accionistas de 13 de abril de 2016 y en menor medida al ejercicio de planes de opciones sobre acciones por parte de los beneficiarios de los mismos, a los que dichas acciones proporcionaban cobertura, mientras que los aumentos se deben a la ejecución de los Planes de Recompra de Acciones que se completó con fecha 20 de febrero de 2016.

A 31 de diciembre de 2017 las acciones propias representaban el 2,76% del capital social. A 31 de diciembre de 2016 no hay acciones propias.

#### **14. Provisiones y otros Pasivos Contingentes**

##### Provisiones a largo plazo

Al 31 de diciembre de 2017 y 2016 las provisiones a largo plazo se corresponden con diversos litigios y contenciosos que la Sociedad 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 la Sociedad 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 incentiación y fidelización a medio plazo referenciado al valor de cotización de la compañía. Por otro lado, las reversiones y aplicaciones se corresponden con la resolución de los litigios antes comentados.

La composición y movimientos de las provisiones en los ejercicios 2017 y 2016 han sido los siguientes:

<b>Ejercicio 2017</b>					
(Miles de euros)	Saldo inicial	Dotaciones	Reversiones/ Aplicaciones	Traspasos	Saldo final
<b>Provisiones a largo plazo</b>					
Provisión por litigios	9.150	10.378	(7.071)	-	12.457
Provisión por prestaciones de personal a largo plazo	-	616	-	218	834
	<b>9.150</b>	<b>10.994</b>	<b>(7.071)</b>	<b>218</b>	<b>13.291</b>

<b>Ejercicio 2016</b>					
(Miles de euros)	Saldo inicial	Dotaciones	Reversiones/ Aplicaciones	Traspasos	Saldo final
<b>Provisiones a largo plazo</b>					
Provisión por litigios	10.386	4.317	(5.553)	-	9.150
	<b>10.386</b>	<b>4.317</b>	<b>(5.553)</b>	<b>-</b>	<b>9.150</b>

Para todos los litigios, los Administradores de la Sociedad, así como sus asesores evalúan el riesgo y en aquellos casos en que el riesgo de salida de recursos es probable y es posible cuantificar sus efectos económicos dotan las provisiones adecuadas.

##### Personal

Durante el ejercicio 2017 se ha dotado una provisión de 616 miles de euros dentro de un Plan de Fidelización para Altos Directivos (218 miles de euros en 2016) (Nota 17).

### Contingencias/Litigios

#### Procedimiento relativo a la presentación tardía del plan de actuación.

Con fecha 2 de agosto de 2011 la Comisión Nacional de Competencia actual Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) dictó Resolución en el expediente SNC/0012/11 (Concentración Telecinco-Cuatro) declarando a Mediaset España Comunicación, S.A. responsable de una infracción muy grave de la Ley de Defensa de la Competencia por no haber presentado el Plan de Actuaciones (el desarrollo de los Compromisos adquiridos con la CNMC) dentro del plazo otorgado, y le sancionó 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 de septiembre de 2015, por la cual se casó y anuló la Sentencia impugnada, ordenándose devolver las actuaciones a la CNMC para que dicte 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 de euros. Dicha Resolución fue objeto de un nuevo recurso contencioso-administrativo ante la Audiencia Nacional, por considerarse que aparte de no estar debidamente justificada, seguía siendo desproporcionada en relación con la infracción cometida. Dicho recurso, que fue admitido a trámite, se halla aún en fase de tramitación, sin que se haya dictado aún una resolución al respecto.

El Balance adjunto 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 esta contingencia.

#### Procedimiento relativo al supuesto incumplimiento de los compromisos de Mediaset España en la concentración 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 Comunicación, S.A. incumplió determinados compromisos y obligaciones establecidas en el expediente de concentración C-0230/10 Telecinco/Cuatro y acordó imponerle en consecuencia una sanción por importe de 15.600 miles de euros.

En concreto, según la Resolución, la Sociedad 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 la Sociedad 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 estos, y no desde el inicio de los derechos adquiridos en cada caso.

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

Por lo expuesto, la Sociedad 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 Sentencia de fecha 15 de diciembre de 2014, dictada en el recurso de Casación nº 2038/2012, el Tribunal Supremo estimó parcialmente el recurso contencioso-administrativo interpuesto contra el Plan de Actuaciones antes citado, anulando 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, este fallo ya tiene un efecto anulatorio sobre la misma, que debería en todo caso ser recalculada.

Al igual que en el caso del expediente descrito anteriormente, el Balance adjunto 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 esta contingencia.

#### Procedimiento relativo al supuesto incumplimiento de los compromisos de Mediaset España en la concentración Telecinco-Cuatro.

Con fecha 17 de septiembre de 2015, el Consejo de la Comisión Nacional de la Competencia (“CNMC”) dictó resolución en el expediente SNC/0036/15 Mediaset (la “Resolución”), en la que declaró que Mediaset España Comunicación, S.A. 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, la Sociedad 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, la Sociedad 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 la Sociedad 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, S.A.U. no supuso incumplimiento alguno, ni de los compromisos, ni de la normativa reguladora de la competencia.

Por lo expuesto, Mediaset España recurrió en tiempo y forma la Resolución ante la Audiencia Nacional, que acordó en su momento la suspensión del pago de la sanción, 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 Balance adjunto 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.

#### Expediente sancionador incoado por la CNMC por posible infracción del art. 1 de la Ley de Defensa de la Competencia

En 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 de Defensa de la Competencia (LDC), al considerar que determinadas condiciones de contratación de la publicidad televisiva establecidas, supuestamente en paralelo, por Mediaset España y Atresmedia pudieran restringir injustificadamente la entrada y expansión de terceros operadores en este mercado.

La resolución de incoación no especifica en detalle los motivos de tal imputación, señalando genéricamente que se trataría, supuestamente, del establecimiento de cuotas de inversión y de la exigencia de contratación conjunta de publicidad en distintos canales en “simulcast”.

Mediaset España considera que dichas imputaciones carecen absolutamente de fundamento alguno, y niega rotundamente la existencia de cualquier acuerdo o práctica concertada.

Por ello, Mediaset España confía en la resolución favorable del citado expediente.

#### Juzgado de primera instancia nº 6 de Madrid: Proceso 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 debe satisfacer la Sociedad por continuar con la utilización post-contractual del formato en el que se basa dicho programa.

Dicha Sentencia no es firme, pues ha sido recurrida ante el Tribunal Supremo, sin que se haya dictado aún una resolución firme al respecto.

El Balance adjunto no incluye provisión alguna en relación con esta contingencia, al estimar los Administradores y sus asesores un pronunciamiento final totalmente exculpatario, por las razones que, entre otras, se detallan a continuación: uno de los puntos que la Sociedad cuestiona a través de este procedimiento, es que ITV sea la titular de la única parte del programa denominado "Pasapalabra" que resulta realmente original y, por tanto, protegible desde un punto de vista de la normativa reguladora de la propiedad intelectual, que es la parte o prueba final denominada y conocida como "el Rosco".

A tal fin, la Sociedad ha acreditado suficientemente que el programa "Pasapalabra" está basado en el programa emitido por vez primera en Italia bajo el título "Passaparola" (título que está registrado a nombre de Reti Televisive Italiane, S.p.A. RTI), cuya parte final, El Rosco, originalmente conocida como "End Game 21x100", se produjo bajo licencia expresa de una empresa denominada "MC&F", creadora de dicho formato.

Así pues, la debida ponderación de los numerosos y categóricos medios de prueba aportados por la Sociedad al proceso en el sentido indicado, han de conducir a la estimación del recurso de casación planteado.

#### Procedimiento relativo a la regularización de la Tasa sobre Juegos de suerte, envite o azar, rifas y tómbolas afectante al periodo 2008-2011.

Con fecha 17 de mayo de 2013, la Dependencia de Control Tributario y Aduanero de la Delegación Central de Grandes Contribuyentes de la AEAT dictó un Acuerdo liquidatorio de la Tasa de juegos de suerte, envite o azar, correspondiente a los años 2008, 2009, 2010 y 2011, en relación con los denominados programas-concurso "Call Tv", por importe de 9.029 miles de euros, por el que la Sociedad tiene constituido un aval.

Dicho acuerdo fue debidamente impugnado, primero en vía administrativa, hasta agotarla, y después ante la jurisdicción contencioso-administrativa. Los motivos en los

que la Sociedad sustentó su impugnación son de doble orden: por un lado, se sostiene que la misma unidad actuaria que realizó las actuaciones de comprobación que dieron lugar a la liquidación impugnada, fue la que, en actuaciones de comprobación anteriores (también referidas a la Tasa sobre el Juego), relativas a los ejercicios 2005, 2006, 2007 y 2008, concluyó que los Programas-Concurso Call TV no eran calificables como “rifa” y, por lo tanto, no estaban sujetos a la Tasa sobre el Juego; circunstancia que suponía una evidente quiebra del principio de confianza legítima y, en fin, del de seguridad jurídica.

Por otro lado, pero con la misma intensidad, se sostuvo que los Programas Concurso “Call TV” no constituyen, efectivamente, una modalidad de “rifa” y, por lo tanto, no entran en el ámbito del hecho imponible que gravaba la Tasa sobre Juegos, como así lo reconoció la propia APELAE (Entidad Pública Empresarial Loterías y Apuestas del Estado) al afirmar que tales Programas “se configuran en la práctica más como un nuevo juego, ajeno a las competencias de esta Entidad, que como una rifa autorizable”.

Mediante la sentencia de fecha 14 de marzo de 2016, la Sección Séptima de la Sala de lo Contencioso-Administrativo la Audiencia Nacional desestimó el recurso contencioso-administrativo instado frente al acuerdo liquidatorio; sentencia que fue objeto de recurso de casación ante el Tribunal Supremo.

Mediante sentencia de fecha de 11 de octubre de 2017, el Tribunal Supremo ha resuelto el recurso de casación interpuesto por la Sociedad. Dicha sentencia estima el recurso y, por lo tanto, anula la sentencia de la Audiencia Nacional que había sido recurrida, por entender que su motivación era defectuosa. Sin embargo, en la misma resolución, el Tribunal Supremo ha decidido entrar en el fondo del asunto, acordando desestimar el recurso contencioso-administrativo de la Sociedad. Al margen de lo particular de esta circunstancia, la argumentación que utiliza el Tribunal es incongruente y manifiestamente errónea sobre la base de la prueba practicada.

Con fecha 15 de noviembre de 2017, la Sociedad ha planteado un incidente de nulidad frente a dicha sentencia ya que, pese a estimar el recurso de casación y reconocer que la Administración tributaria conculcó los principios de confianza legítima y actos propios, adopta luego una decisión basada en premisas inexistentes (una supuesta “jurisprudencia” sobre los Call TV, que no es tal) o patentemente erróneas (al desconocer el resultado de la única prueba pericial practicada).

El incidente de nulidad de actuaciones es de carácter extraordinario, porque sólo cabe interponerlo ante determinadas resoluciones judiciales, como la dictada por el Tribunal Supremo, y por el carácter tasado de los motivos que se pueden alegar en el mismo, entre los que se encuentran los invocados por la Sociedad.

En el supuesto de que se acojan los motivos de nulidad, razonados y motivados, planteados por la Sociedad y se dicte auto estimatorio de la nulidad, se deben reponer (como preceptúa el artículo 241 LOPJ) las actuaciones al estado anterior al defecto que causó la misma. No puede, por tanto, entenderse que la sentencia es firme, debiendo posponerse sus efectos hasta la resolución definitiva del incidente de nulidad e, incluso, de un eventual recurso de amparo, en el que (ex art. 56.2 LOTC) se puede interesar la suspensión de sus efectos. No obstante, la sociedad ha dotado la oportuna provisión.

**15. Situación 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 importe de 1.116 miles de euros, quedando totalmente cerradas las actuaciones anteriormente mencionadas.

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

Concepto/s	Períodos
Impuesto sobre Sociedades	2015 a 2016
Impuesto sobre el Valor Añadido	2015 a 2017
Retenciones a cta. imposición no residentes	2015 a 2017
Declaración anual de operaciones	2013 a 2016
Retención/Ingreso a Cuenta Rendimientos Trabajo/Profesional	2015 a 2017
Decl. Recapitulativa entreg. y adq. Intracom. Bienes	2014 a 2017

**Impuesto sobre el Valor Añadido**

Desde el ejercicio 2010 la Sociedad viene aplicando el Régimen Especial de Grupo de Entidades regulado en el Capítulo IX del Título IX de la Ley 37/1992, presentando de esta manera el Impuesto sobre el Valor Añadido consolidado (Grupo 0092/10) siendo la composición de este grupo de consolidación la siguiente:

- Mediaset España Comunicación, S.A., como entidad dominante.
- Telecinco Cinema, S.A.U.
- Publiespaña, S.A.U.
- Mediacinco Cartera, S.L.U.

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

Fruto de la presentación consolidada del Impuesto sobre el Valor Añadido se generan deudas a corto plazo con empresas del grupo por efecto impositivo I.V.A. (Nota 19).

La Sociedad a partir del 1 de julio de 2017, debido a los cambios introducidos en el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido por el R.D. 596/2016 de 2 de diciembre para la modernización, mejora e impulso del uso de medios electrónicos en la gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), pasó a un nuevo sistema de llevanza de los libros registro del IVA que se realiza a través de la Sede electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) y que se denomina Suministro Inmediato de Información (SII). La información suministrada ha correspondido a todo el ejercicio 2017.

El detalle de los saldos relativos a activos fiscales y pasivos fiscales al 31 de diciembre es el siguiente:

	<b>Miles de Euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Pasivos por impuesto diferido	(258)	(2.777)
<b>Pasivos por impuesto diferido</b>	<b>(258)</b>	<b>(2.777)</b>
IVA	(6.461)	(7.743)
IRPF	(2.861)	(2.563)
Seguridad Social	(1.316)	(1.320)
Tasa Financiación RTVE	(6.368)	(6.794)
Otros	(25)	(25)
<b>Otras deudas con Administraciones Públicas</b>	<b>(17.031)</b>	<b>(18.445)</b>
Activos por impuesto diferido	14.332	12.197
Deducciones y bonificaciones pendientes de aplicar	50.494	49.412
<b>Activos por impuesto diferido</b>	<b>64.826</b>	<b>61.609</b>
Impuesto sobre Sociedades	15.145	13.555
IRPF (Arrendamientos)	10	10
<b>Activos por impuesto corriente (Nota 10)</b>	<b>15.155</b>	<b>13.565</b>

### 15.1 Cálculo del Impuesto sobre Sociedades

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:

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

 Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
 (En miles de Euros)

	Miles de euros					
	Cuenta de pérdidas y ganancias			Ingresos y gastos directamente imputados al patrimonio neto		
	Aumentos	Disminuciones	Total	Aumentos	Disminuciones	Total
<b>Ejercicio 2017</b>						
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio						
Operaciones continuadas	164.666	-	164.666	-	-	-
Operaciones interrumpidas	-	-	-	-	-	-
	164.666	-	164.666	-	-	-
Impuesto sobre Sociedades						
Operaciones continuadas	17.221	-	17.221	-	-	-
Operaciones interrumpidas	-	-	-	-	-	-
	17.221	-	17.221	-	-	-
<b>Saldo de ingresos y gastos del ejercicio antes de impuestos</b>			<b>181.887</b>			<b>-</b>
Diferencias permanentes						
Provisiones empresas grupo	-	(1.227)	(1.227)	-	-	-
Sanciones y gastos no deducibles	120	-	120	-	-	-
Eliminación interna de dividendos	-	(71.001)	(71.001)	-	-	-
Otros	-	(157)	(157)	-	-	-
Diferencias temporarias	18.616	-	18.616	-	-	-
Compensación bases imponibles negativas	-	-	-	-	-	-
<b>Base imponible (resultado fiscal)</b>			<b>128.238</b>			<b>-</b>

	Miles de euros					
	Cuenta de pérdidas y ganancias			Ingresos y gastos directamente imputados al patrimonio neto		
	Aumentos	Disminuciones	Total	Aumentos	Disminuciones	Total
<b>Ejercicio 2016</b>						
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio						
Operaciones continuadas	147.201	-	147.201	-	-	-
Operaciones interrumpidas	-	-	-	-	-	-
	147.201	-	147.201	-	-	-
Impuesto sobre Sociedades						
Operaciones continuadas	21.426	-	21.426	-	-	-
Operaciones interrumpidas	-	-	-	-	-	-
	21.426	-	21.426	-	-	-
<b>Saldo de ingresos y gastos del ejercicio antes de impuestos</b>			<b>168.627</b>			<b>-</b>
Diferencias permanentes						
Provisiones empresas grupo	19.842	-	19.842	-	-	-
Sanciones y gastos no deducibles	1.151	-	1.151	-	-	-
Eliminación interna de dividendos	-	(82.206)	(82.206)	-	-	-
Otros	2.117	-	2.117	-	-	-
Diferencias temporarias	17.902	(14.423)	3.479	-	-	-
Compensación bases imponibles negativas	-	-	-	-	-	-
<b>Base imponible (resultado fiscal)</b>			<b>113.010</b>			<b>-</b>

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

Las diferencias temporarias se deben principalmente a los diferentes criterios entre fiscalidad y contabilidad de las provisiones de deterioro de derechos audiovisuales y otras provisiones y a la limitación a la deducibilidad de las amortizaciones en los ejercicios 2013 y 2014.

La conciliación entre el gasto / (ingreso) por impuesto sobre beneficios y el resultado de multiplicar los tipos de gravámenes aplicables al total de ingresos y gastos reconocidos, diferenciando el saldo de la cuenta de pérdidas y ganancias, es la siguiente:

<b>Miles de euros</b>		
<b>(Miles de euros)</b>	<b>Cuenta de pérdidas y ganancias</b>	<b>Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto</b>
<b>Ejercicio 2017</b>		
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio antes de impuestos	181.887	-
Carga impositiva teórica (tipo impositivo 25%)	45.472	-
Gastos no deducibles (Ingresos tributables)	(18.066)	-
Deducciones y otros	(10.450)	-
Impuesto sobre beneficios extranjero	124	-
Ajustes positivos en la imposición sobre beneficios	141	-
<b>Gasto / (ingreso) impositivo efectivo</b>	<b>17.221</b>	<b>-</b>

<b>Miles de euros</b>		
<b>(Miles de euros)</b>	<b>Cuenta de pérdidas y ganancias</b>	<b>Ingresos y gastos imputados directamente al patrimonio neto</b>
<b>Ejercicio 2016</b>		
Saldo de ingresos y gastos del ejercicio antes de impuestos	168.627	-
Carga impositiva teórica (tipo impositivo 25%)	42.157	-
Gastos no deducibles (Ingresos tributables)	(14.774)	-
Deducciones y otros	(6.738)	-
Impuesto sobre beneficios extranjero	190	-
Ajuste por cambio tipo de gravamen	591	-
<b>Gasto / (ingreso) impositivo efectivo</b>	<b>21.426</b>	<b>-</b>

El gasto / (ingreso) por impuesto sobre beneficios se desglosa como sigue:

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

	Miles de euros	
(Miles de euros)	Cuenta de pérdidas y ganancias	Directamente imputados al patrimonio neto
<b>Ejercicio 2017</b>		
Impuesto corriente	22.842	-
	<b>22.842</b>	-
Variación por impuestos diferidos		
Otras diferencias temporarias	(5.621)	-
	<b>17.221</b>	-

	Miles de euros	
(Miles de euros)	Cuenta de pérdidas y ganancias	Directamente imputados al patrimonio neto
<b>Ejercicio 2016</b>		
Impuesto corriente	22.296	-
	<b>22.296</b>	-
Variación por impuestos diferidos		
Otras diferencias temporarias	(870)	-
	<b>21.426</b>	-

La Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades ha modificado el tipo de gravamen general, que pasó, 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. El tipo impositivo ha sido del 25% en los ejercicios 2017 y 2016.

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

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

	<b>Miles de euros</b>
	<b>2017</b>
Base imponible:	128.238
Cuota íntegra: (25%)	32.060
Cuotas imponibles aportadas por sociedades participadas en consolidación fiscal	24.957
Deducciones y bonificaciones sociedades en consolidación fiscal	(11.284)
Compensación bases imponibles negativas sociedades en consolidación fiscal	(14.254)
Retenciones	(40.028)
<b>Impuesto sobre Sociedades a devolver</b>	<b>(8.549)</b>

	<b>Miles de euros</b>
	<b>2016</b>
Base imponible:	113.010
Cuota íntegra: (25%)	28.253
Cuotas imponibles aportadas por sociedades participadas en consolidación fiscal	25.504
Deducciones y bonificaciones sociedades en consolidación fiscal	(10.703)
Compensación bases imponibles negativas sociedades en consolidación fiscal	(13.439)
Retenciones	(36.292)
<b>Impuesto sobre Sociedades a devolver</b>	<b>(6.677)</b>

El Impuesto sobre Sociedades a devolver se desglosa como sigue:

	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades Año 2015	-	6.878
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades Año 2016	6.596	6.677
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades Año 2017	8.549	-
<b>Total</b>	<b>15.145</b>	<b>13.555</b>

## 15.2 Activos por impuestos diferidos

Se desglosa como sigue:

	Miles de Euros	
	2017	2016
Activos por impuesto diferido	14.332	12.197
Deducciones y bonificaciones pendientes de aplicar	50.494	49.412
	<b>64.826</b>	<b>61.609</b>

El detalle y los movimientos de las distintas partidas que componen los activos por impuestos diferidos excluidas las deducciones pendientes de aplicación son los siguientes:

	Miles de euros				
	Saldo inicial	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto	Reclasificaciones	Saldo final
<b>Ejercicio 2017</b>					
Activos por impuesto diferido					
Deterioro derechos audiovisuales	4.219	413	-	-	4.632
Entidades gestion derechos	922	(922)	-	-	-
Provisiones empresas participadas	414	(276)	-	-	138
Deducibilidad fiscal amortizaciones	3.360	(1.823)	-	-	1.537
Otras provisiones	3.282	2.519	-	-	5.801
Amort. Fondo Comercio Fusión/Licencia	-	4.663	-	(2.439)	2.224
	<b>12.197</b>	<b>4.574</b>	<b>-</b>	<b>(2.439)</b>	<b>14.332</b>
<b>Ejercicio 2016</b>					
Activos por impuesto diferido					
Deterioro derechos audiovisuales	3.143	1.076	-	-	4.219
Entidades gestion derechos	806	116	-	-	922
Provisiones empresas participadas	4.108	(3.694)	-	-	414
Deducibilidad fiscal amortizaciones	5.021	(1.661)	-	-	3.360
Otras provisiones	3.148	134	-	-	3.282
Amort. Fondo Comercio Fusión/Licencia	-	4.663	-	(4.663)	-
	<b>16.226</b>	<b>634</b>	<b>-</b>	<b>(4.663)</b>	<b>12.197</b>

En 2017 el grupo fiscal compensa bases imponibles negativas pendientes de compensar por importe de 57.017 miles de euros (53.757 miles de euros en 2016).

A 31 de diciembre quedan pendientes de compensar bases imponibles negativas del Grupo Fiscal por importe de 156.128 miles de euros (213.145 miles de euros en 2016).

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

Al 31 de diciembre de 2017 las deducciones por producción audiovisual y otras pendientes de aplicar constituyen un importe global de 50.494 miles de euros (49.412 miles de euros al 31 de diciembre de 2016) teniendo la Sociedad 15 años para su recuperación. El desglose de las deducciones es el siguiente:

	Miles de euros	
	2017	2016
Deducciones pendientes año 2012	5.107	15.790
Deducciones pendientes año 2013	7.060	7.060
Deducciones pendientes año 2014	10.443	10.808
Deducciones pendientes año 2015	8.614	8.614
Deducciones pendientes año 2016	7.140	7.140
Deducciones pendientes año 2017	12.130	-
	<b>50.494</b>	<b>49.412</b>

La Sociedad ha realizado una estimación de los beneficios fiscales que espera obtener en los próximos ejercicios. También ha estimado el horizonte de reversión de las diferencias temporarias imponibles. En base a este análisis, se ha 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.

### 15.3 Pasivos por impuestos diferidos

El detalle y los movimientos de las distintas partidas que componen los pasivos por impuestos diferidos son los siguientes:

	Miles de euros				
	Saldo inicial	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto	Reclasificaciones	Saldo final
<b>Ejercicio 2017</b>					
Pasivos por impuesto diferido					
Otros conceptos	338	(80)	-	-	258
Amort.Fiscal Fondo Comercio Fusión/Licencia transmision	2.439	-	-	(2.439)	-
	<b>2.777</b>	<b>(80)</b>	<b>-</b>	<b>(2.439)</b>	<b>258</b>
<b>Ejercicio 2016</b>					
Pasivos por impuesto diferido					
Otros conceptos	573	(235)	-	-	338
Amort.Fiscal Fondo Comercio Fusión/Licencia transmision	7.102	-	-	(4.663)	2.439
	<b>7.675</b>	<b>(235)</b>	<b>-</b>	<b>(4.663)</b>	<b>2.777</b>

El pasivo por impuesto diferido corresponde a diferencias temporarias imponibles provenientes de ajustes de consolidación del Grupo Fiscal y de amortizaciones fiscales de activos intangibles de vida útil indefinida (Fondo de comercio y Licencia de transmisión de señal).

**16. Garantías Comprometidas con Terceros**

Teniendo en cuenta la naturaleza de las distintas garantías, el detalle a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

<b>Naturaleza</b>	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Avales constituidos para contratos / concesiones / concursos	37.931	7.976
Avales judiciales	38.106	38.032
Avales constituidos como garantía ante la Agencia tributaria	9.029	9.029
	<b>85.066</b>	<b>55.037</b>

<b>Naturaleza</b>	<b>Miles de dolares</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Avales constituidos para contratos / concesiones / concursos	2.062	2.062
	<b>2.062</b>	<b>2.062</b>

Al 31 de diciembre de 2017 la Sociedad tiene avales por 37.931 miles de euros necesarios para su actividad comercial (7.976 miles de euros en el ejercicio 2016).

La Sociedad tiene un aval constituido por un importe de 9.029 miles de euros ante la Dependencia de Control Tributario y Aduanero de la Agencia Tributaria por el recurso interpuesto frente al Acuerdo de Liquidación notificado por dicha dependencia con fecha 20 de mayo de 2013 que confirma la propuesta contenida en el acta de actuaciones inspectoras de fecha 16 de abril de 2013. Dichas actuaciones comprendían la comprobación de la Tasa de Juegos, suerte, envite o azar, comprendiendo el período: desde junio de 2008 a diciembre de 2011 (Nota 14).

La Sociedad 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 los Mercados y la Competencia de 6 de febrero de 2013 en el expediente SNC/0024/12, en virtud de la cual se declaró el incumplimiento por la Sociedad de diversos compromisos por los que se autorizó la operación Telecinco/Cuatro y se impuso en consecuencia a esta una sanción por el importe al que asciende el mencionado aval (Nota 14).

La Sociedad 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 dictado con fecha 22 de diciembre de 2014 en el seno de ciertos procedimientos de ejecución provisional.

Existen otros avales judiciales constituidos por importe de 5.506 miles de euros.

## 17. Sistema de Retribución Referenciado al Valor de las Acciones

En 2017 no ha habido movimientos relacionados con las opciones sobre acciones.

En 2016 los movimientos fueron:

	Nº de opciones 01/01/16	Altas	Bajas	Nº de opciones 31/12/16	Concedidas a empleados de la propia compañía	Concedidas a empleados de compañías del Grupo	Precio Ejercicio	Fecha asignación	Plazo ejercicio	
									Desde	Hasta
<b>2016</b>										
Plan de opciones sobre acciones 2011	203.150	-	203.150	-	-	-	5,83 €	27/07/11	27/07/14	26/07/16

Los beneficiarios de dichos planes fueron directivos y consejeros ejecutivos de las sociedades del grupo.

Durante los ejercicios 2017 y 2016 no se ha cargado ningún importe en la cuenta de pérdidas y ganancias como consecuencia de estos planes.

A 31 de diciembre de 2017 y 2016 no existen planes de opciones sobre acciones pendientes de ejecutar.

A 31 de diciembre de 2017 y 2016, han sido registrados dos Planes de Incentivación y Fidelización a largo plazo (PIF), aprobados en los ejercicios 2016 y 2017 referidos a los períodos 2016 a 2018 y 2017 a 2019 respectivamente. Tales Planes contemplan la atribución de derechos gratuitos para la asignación de acciones regulares a altos directivos y Consejeros Ejecutivos de Mediaset España Comunicación, S.A., condicionada 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 encuentran ahora mismo 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.

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

### Síntesis datos del PIF:

	PIF (2016)	PIF (2017)
Fecha aprobación (Junta Accionistas)	13 de abril 2016	27 de abril 2017
Periodo de maduración	13/04/16 a 31/12/18	01/01/17 a 31/12/19
Periodo entrega acciones	60 días siguientes Junta Accionistas 2019	60 días siguientes Junta Accionistas 2020

Seguidamente se detallan los movimientos de los Planes de Incentivación y Fidelización a largo plazo vigentes:

	PIF 2016	PIF 2017	Total
Derechos asignados durante el ejercicio	99.359	-	-
Derechos vigentes a 31 diciembre 2016	99.359	-	99.359
Derechos asignados durante el ejercicio	-	77.147	-
Derechos vigentes a 31 diciembre 2017	99.359	77.147	176.506

Durante el ejercicio 2017 se han registrado 616 miles de euros en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias como consecuencia de este sistema (218 miles de euros en 2016).

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

Plan 2016: 8,76€ por acción

Plan 2017: 11,29€ 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 del ejercicio anterior al de la asignación.

## 18. Ingresos y Gastos

### a) Desglose ventas

La distribución del importe neto de la cifra de negocios de la Sociedad correspondiente a sus actividades ordinarias, por categorías de actividades, es la siguiente:

	Miles de euros	
Segmentación por categorías de actividades	2017	2016
Ingresos Publicitarios	782.140	774.760
Prestación de Servicios	9.601	11.513
Total	<b>791.741</b>	<b>786.273</b>

El cliente más importante de la Sociedad continua siendo Publiespaña, S.A.U. Los ingresos por venta de publicidad a dicho cliente, por importe de 778.990 miles de euros representan aproximadamente un 98% del total de la cifra de negocios de la Sociedad (769.319 miles de euros y 98% en 2016) (Nota 19).

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

---

**b) Consumos de mercaderías**

El desglose del consumo de mercaderías y del consumos de materias primas y otras materias consumibles para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Consumo de mercaderías		
Variación de existencias	(692)	164
	<b>(692)</b>	<b>164</b>
Compras de mercaderías		
- Compras nacionales	180.637	187.343
- Compras extranjero	12.047	15.033
Total aprovisionamientos	<b>192.684</b>	<b>202.376</b>

**c) Sueldos y salarios**

	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Sueldos y salarios	72.464	68.787
Cargas sociales	15.664	14.966
Total	<b>88.128</b>	<b>83.753</b>

El desglose de las cargas sociales para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Seguridad Social	13.206	12.895
Otras cargas sociales	2.458	2.071
Total cargas sociales	<b>15.664</b>	<b>14.966</b>

**d) Servicios exteriores**

El desglose de los servicios exteriores para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el siguiente:

## MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

	Miles de euros	
	2017	2016
Arrendamientos de activos (Nota 5)	770	964
Otros arrendamientos	212	216
Gastos producción de programas	41.156	36.521
Canon gestión de derechos, concesiones y licencias	38.746	36.215
Reparaciones y conservación	4.341	3.668
Otros servicios profesionales	8.734	9.144
Transportes y mensajería	1.332	1.132
Seguros generales	162	199
Relaciones públicas	2.139	2.146
Suministros	1.969	1.980
Transmisiones de señales y asistencia técnica	46.951	44.848
Agencias de noticias y postproducción	10.980	10.521
Premios en metálico y en especie	2.893	1.794
Otros gastos por riesgos legales y judiciales	10.041	3.945
Otros gastos y servicios	6.149	6.140
	<b>176.575</b>	<b>159.433</b>

### 19. Operaciones con partes vinculadas

#### Sociedades vinculadas

Las partes vinculadas con las que la Sociedad ha mantenido transacciones durante los ejercicios 2017 y 2016, así como la naturaleza de dicha vinculación es la siguiente:

Nombre	Naturaleza de la vinculación
Advertisement 4 Adventures, S.L.U.	Participada al 100%
Alea Media, S.A.	Participada al 40%
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	Participada al 100%
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	Participada al 100%
Emissions Digitals de Catalunya, S.A.	(1)
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	Participada al 100%
Grupo Mediaset Italia	Accionista
Integración Transmedia, S.A.	(4)
La Fábrica de la Tele S.L.	Participada al 30%
Mediacinco Cartera S.L.U.	Participada al 100%
Megamedia Televisión S.L.	Participada al 30% (3)
Melodía Producciones, S.L.	Participada al 40%
Netsonic, S.L.	Participada al 100% (2)
Pegaso Television, INC	Participada al 43,7%
Premiere Megaplex, S.A.U.	(1)
Producciones Mandarina, S.L.	Participada al 30%
Publiespaña, S.A.U.	Participada al 100%
Publimedia Gestión, S.A.U.	Participada al 100% (2)
Sogecable Editorial, S.L.U.	Participada al 100%
Supersport Televisión, S.L.	Participada al 30%
Telecinco Cinema, S.A.U.	Participada al 100%
Grupo Mediaset Italia	Grupo vinculado

(1) No presenta vinculación a 31/12/2017 por enajenación

(2) A través de Publiespaña

(3) A través de Conecta 5 Telecinco

(4) Alea Media, S.A. a 31 de diciembre de 2017

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

Los saldos mantenidos con las partes vinculadas detalladas en el cuadro anterior al 31 de diciembre de 2017 y 2016 son los siguientes:

	Clientes, empresas del grupo y asociadas (Nota 10)		Proveedores empresas del grupo y asociadas		Proveedores derechos empresas del grupo y asociadas		Créditos a empresas del grupo a largo plazo (Nota 8.1)	
	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16
Publiespaña, S.A.U.	220.001	215.310	-	567	-	-	-	-
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	100	87	(273)	113	-	-	-	-
Telecinco Cinema, S.A.U.	1.022	999	-	-	29	87	24.762	18.475
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	4	-	-	-	-	-	-	-
Emissions Digitals Catalunya, S.A.	-	144	-	95	-	-	-	-
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	184	193	3	3	-	-	6.000	6.000
Producciones Mandarina, S.L.	35	111	1.286	5.663	-	-	-	-
Melodía Producciones, S.L.	6	-	-	-	-	-	480	-
La Fábrica de la Tele, S.L.	14	1	6.346	8.433	-	-	-	-
Alea Media, S.A.	-	-	-	-	1.427	-	210	-
Mediacinco Cartera S.L.U.	-	-	-	-	-	-	17.046	22.648
Premiere Megaplex, S.A.U.	-	70	-	-	-	-	-	-
MegaMedia Televisión, S.L.	108	76	590	529	-	-	-	-
SuperSport Televisión, S.L.	278	485	878	802	-	-	-	-
Netsonic, S.L.	4	8	-	-	-	-	-	-
Advertisement 4 Adventure, S.L.U.	208	89	-	-	-	-	-	-
Sogecable Editorial, S.L.U.	-	-	(157)	54	-	-	-	-
Grupo Pegaso Televisión	-	-	-	-	-	-	3.679	4.186
Grupo Mediaset Italia	(2)	92	638	639	100	200	-	-
	<b>221.962</b>	<b>217.665</b>	<b>9.311</b>	<b>16.898</b>	<b>1.556</b>	<b>287</b>	<b>52.177</b>	<b>51.309</b>

	Deudas a c.p. con Emp. Grupo por Efecto Impositivo Acreedor		Cuentas corrientes con empresas del Grupo Acreedoras	
	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16
Publiespaña, S.A.U.	-	-	122.129	116.359
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	-	-	165	313
Telecinco Cinema, S.A.U.	894	-	-	-
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	79	404	1.082	4.964
Advertisement 4 Adventure, S.L.U.	67	772	-	-
Sogecable Editorial, S.L.U.	-	-	491	416
Premiere Megaplex, S.A.U.	-	-	-	1.131
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	-	-	1.132	-
Integración Transmedia, S.L.	-	17	-	-
Mediacinco Cartera S.L.U.	14.356	13.523	1.404	1.392
	<b>15.396</b>	<b>14.716</b>	<b>126.403</b>	<b>124.575</b>

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

 Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
 (En miles de Euros)

	Créditos a c.p. con Emp. Grupo por Efecto Impositivo		Cuentas corrientes con empresas del Grupo deudoras	
	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16
Publiespaña, S.A.U.	22.052	22.772	-	-
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	1.499	1.383	-	-
Publimedia Gestión, S.A.U.	55	237	-	-
Telecinco Cinema, S.A.U.	-	1.335	7.622	6.451
Premiere Megaplex, S.A.U.	-	258	-	-
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	519	-	-	-
Alea Media, S.A.	-	-	619	-
Melodía Producciones, S.L.	-	-	1.047	-
Advertisement 4 Adventure, S.L.U.	-	-	7.409	8.346
Sogecable Editorial, S.L.U.	32	51	-	-
Producciones Telecinco, S.A.U. (en liquidación)	-	-	15	15
	<b>24.157</b>	<b>26.036</b>	<b>16.712</b>	<b>14.812</b>

	Deudas a c.p. con Emp. Grupo por Efecto Impositivo (I.V.A.)		Créditos a c.p. con Emp. Grupo por Efecto Impositivo (I.V.A.) (Nota 8.1)	
	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16
Publiespaña, S.A.U.	4.404	4.365	-	-
Telecinco Cinema, S.A.U.	-	-	467	652
	<b>4.404</b>	<b>4.365</b>	<b>467</b>	<b>652</b>

Las transacciones realizadas con las partes vinculadas detalladas anteriormente para los ejercicios 2017 y 2016 son las siguientes:

	Aprovisionamientos		Gastos por intereses devengados		Compra de inmovilizado	
	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	-	326	-	-	-	-
Publiespaña, S.A.U.	68	18	-	567	-	-
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	1	2	-	-	-	-
Telecinco Cinema, S.A.U.	-	3	-	-	425	645
Megamedia Television, S.L.	1.410	1.187	-	-	387	114
Producciones Mandarina, S.L.	4.081	11.175	-	-	1.141	-
La Fábrica de la Tele, S.L.	27.975	25.933	-	-	-	-
Alea Media, S.A.	-	-	-	-	7.138	-
Melodía Producciones, S.L.	(10)	-	-	-	1.601	-
SuperSport Televisión, S.L.	8.090	9.772	-	-	-	-
Sogecable Editorial, S.L.U.	-	166	-	-	-	-
Emissions Digital Catalunya, S.A.	29	79	-	-	-	-
Grupo Mediaset Italia	1.330	1.332	-	-	-	200
	<b>42.974</b>	<b>49.993</b>	<b>-</b>	<b>567</b>	<b>10.692</b>	<b>959</b>

**MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.**

Memoria de las Cuentas Anuales del ejercicio anual terminado 31 de diciembre de 2017  
(En miles de Euros)

	Ingresos publicitarios y venta dchos		Otros ingresos	
	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	-	-	200	84
Emissions Digital Catalunya, S.A.	-	-	45	-
Publiespaña, S.A.U.	778.990	769.319	5.484	4.816
Publimedia Gestion, S.A.U.	-	-	-	528
Telecinco Cinema, S.A.U.	-	-	421	423
Conecta 5 Telecinco, S.A.U.	132	132	480	379
La Fábrica de la Tele, S.L.	-	-	14	10
Premiere Megaplex, S.A.U.	-	-	-	161
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	-	-	3	-
MegaMedia Televisión, S.L.	-	-	314	255
Netsonic, S.L.	-	-	19	37
SuperSport Televisión, S.L.	-	-	1.641	1.829
Producciones Mandarina, S.L.	151	100	4	31
Alea Media, S.A.	-	-	1	-
Melodía Producciones, S.L.	-	-	5	-
Emissions Digital Catalunya, S.A.	-	782	-	68
Grupo Mediaset Italia	200	373	3	10
	<b>779.473</b>	<b>770.706</b>	<b>8.634</b>	<b>8.631</b>

	Ingresos por intereses devengados		Dividendos	
	31.12.17	31.12.16	31.12.17	31.12.16
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	2	-	649	4.049
Advertisement 4 Adventure, S.L.U.	209	89	-	-
Sogecable Editorial, S.L.U.	-	-	154	163
Publiespaña, S.A.U.	-	-	65.919	75.571
Telecinco Cinema, S.A.U.	919	865	-	-
Mediacinco Cartera, S.L.U.	319	507	-	-
La Fábrica de la Tele, S.L.	-	-	1.289	1.682
Premiere Megaplex, S.A.U.	-	8	2.150	-
SuperSport Televisión, S.L.	-	-	446	350
Producciones Mandarina, S.L.	-	-	394	391
Alea Media, S.A.	16	-	-	-
Melodía Producciones, S.L.	10	-	-	-
Grupo Pegaso	156	369	-	-
	<b>1.631</b>	<b>1.838</b>	<b>71.001</b>	<b>82.206</b>

Las transacciones realizadas con las partes vinculadas son relacionadas con el tráfico normal de la empresa y son realizadas a términos de mercado.

#### Administradores y Alta Dirección

En concordancia con el artículo 229.3 de la Ley de Sociedades de Capital, se ha recibido comunicación por parte de todos los consejeros en las que manifiestan no encontrarse en situación de conflicto, directo o indirecto, con el interés de la Sociedad conforme a lo establecido en la legislación aplicable.

Durante el ejercicio 2017 ninguna persona física ha representado a la Sociedad en órganos de administración, ya que no ha sido persona jurídica administradora en ninguna sociedad.

#### a) Retribuciones y otras prestaciones

1. Remuneración de los miembros del Consejo de Administración durante los ejercicios 2017 y 2016:

El detalle de las remuneraciones devengadas por los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad se muestra a continuación:

	<b>Miles de euros</b>	
	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Retribuciones	4.753	4.786
Dietas	600	584
	<b>5.353</b>	<b>5.370</b>

Como complemento a lo recogido en este apartado se detalla a continuación las retribuciones devengadas en el ejercicio 2017 por cada uno de los consejeros en euros:

#### **D. Alejandro Echevarría Busquet – Presidente del Consejo de Administración**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	72.000,00
Retribución fija:	634.649,52
Retribución variable:	170.246,25
Gratificación extraordinaria	50.000,00
Total	1.001.895,77
Dº de acción asignados:	20.729

**D. Paolo Vasile – Consejero Delegado**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	36.000,00
Retribución fija:	929.695,02
Retribución variable:	548.618,00
Gratificación extraordinaria	100.000,00
Remuneración en especie:	19.329,63(**)
Total:	1.708.642,65

Dº de acción asignados: 66.799

(\*\*) No se ha tenido en cuenta la base de la retribución en especie por importe de 82.607,08 euros

**D. Giuseppe Tringali – Consejero y Vicepresidente**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	28.000,00
Total:	103.000,00

**D. Massimo Musolino-Consejero Ejecutivo**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	28.000,00
Retribución fija:	499.170,74
Retribución variable:	215.540,73
Remuneración en especie:	53.089,05(**)
Total:	870.800,52

Dº de acción asignados: 9.711

(\*\*) No se ha tenido en cuenta la base de la retribución en especie por importe de 23.566,17 euros

**D. Alfredo Messina – Consejero**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	32.000,00
Total:	107.000,00

**D. Fedele Confalonieri – Consejero y Vicepresidente**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	64.000,00
Total:	139.000,00

**D. Marco Giordani – Consejero**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	48.000,00
Total:	123.000,00

**D. Giuliano Adreani – Consejero**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	64.000,00
Total:	139.000,00

**D. Ángel Durández Adeva – Consejero Independiente/ Presidente Comisión Auditoría y Cumplimiento**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	64.000,00
Total:	139.000,00

**D. Borja de Prado Eulate – Consejero Independiente**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	40.000,00
Total:	115.000,00

**D. José Ramón Álvarez-Rendueles – Consejero Independiente / Presidente Comisión Nombramientos y Retribuciones**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	72.000,00
Total:	147.000,00

**D<sup>a</sup>. Helena Revoredo Delvecchio-Consejero Independiente**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	24.000,00
Total:	99.000,00

**D. Mario Rodríguez Valderas-Consejero Ejecutivo**

Retribución fija Consejo:	75.000,00
Dietas de asistencia:	28.000,00
Retribución fija:	336.243,60
Retribución variable:	177.169,81
Remuneración en especie:	43.975,41(**)
Total:	660.388,82

D<sup>o</sup> de acción asignados: 7.981

(\*\*) No se ha tenido en cuenta la base de la retribución en especie por importe de 16.963,27 euros

Ninguno de los consejeros ha percibido remuneración alguna, por su pertenencia a otros Consejos de Administración de las sociedades del Grupo.

Al igual que en el ejercicio anterior, a la fecha de cierre del ejercicio 2017 la Sociedad no ha otorgado ningún anticipo ni crédito a favor de ninguno de sus consejeros.

En relación a los sistemas de previsión, la Sociedad tiene contratados únicamente a favor del consejero delegado prima de seguros de vida, en cobertura del riesgo de invalidez o fallecimiento, y seguros médicos que han supuesto un coste anual de 14.938 euros. Los conceptos se hayan incluidos dentro del importe correspondiente a la retribución en especie.

Al igual que lo sucedido en el ejercicio anterior no se ha realizado ninguna aportación en concepto de fondos o planes de pensiones a favor de ninguno de los miembros del Consejo de Administración.

Durante el ejercicio 2017 y 2016 no se han concedido nuevos planes de opciones sobre acciones a los miembros del consejo de administración.

Los derechos de acciones asignados se refieren al Plan de Incentivación y Fidelización (Nota 17).

*b)* Retribución a la Alta Dirección

La remuneración de los Directores Generales de la Sociedad y personas que desempeñan funciones de Alta Dirección excluyendo las remuneraciones como consejeros devengadas por quienes, simultáneamente, tienen la condición de miembro del Consejo de Administración puede resumirse en la forma siguiente:

Número de personas		Total Retribución (miles de euros)	
2017	2016	2017	2016
13	12	5.345	5.039

Durante el año 2017 y 2016 no se han otorgado derechos de opciones sobre acciones, a la alta dirección.

Los derechos sobre acciones asignados han sido 65.207.

La relación de los componentes de la Alta Dirección se incluye en el Informe de Gobierno Corporativo adjunto.

Por otro lado, los derechos sobre acciones asignados a otros directivos no pertenecientes a la Alta Dirección han sido 6.079.

*c)* Otra información referente al Consejo de Administración

Durante el ejercicio 2017 se han satisfecho primas de seguros de responsabilidad civil de los administradores por daños ocasionados en el ejercicio del cargo por importe de 57 miles de euros.

Durante el ejercicio 2016 se habían satisfecho primas de seguros de responsabilidad civil de los administradores por daños ocasionados en el ejercicio del cargo por importe de 66 miles de euros.

**20. Otra información**

a) Estructura del personal

<b>2017</b>					
<b>Al final del ejercicio</b>					
	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>Promedio del Ejercicio</b>	<b>Promedio personas con discapacidad igual o superior al 33%</b>
Altos Directivos	11	2	13	13	-
Directivos	42	22	64	66	-
Jefes de Departamento	31	33	64	64	-
Técnicos	357	244	601	603	4
Administrativos	30	111	141	143	2
Operarios	18	-	18	18	-
Periodistas	55	86	141	139	1
Personal coyuntural	7	4	11	13	-
	<b>551</b>	<b>502</b>	<b>1.053</b>	<b>1.059</b>	<b>7</b>
<b>2016</b>					
<b>Al final del ejercicio</b>					
	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>	<b>Promedio del Ejercicio</b>	<b>Promedio personas con discapacidad igual o superior al 33%</b>
Altos Directivos	10	2	12	12	-
Directivos	44	24	68	64	-
Jefes de Departamento	30	32	62	60	-
Técnicos	360	244	604	589	4
Administrativos	30	110	140	135	3
Operarios	18	-	18	18	-
Periodistas	52	83	135	138	1
Personal coyuntural	5	4	9	13	-
	<b>549</b>	<b>499</b>	<b>1.048</b>	<b>1.029</b>	<b>8</b>

b) Honorarios de auditoría

Los honorarios correspondientes a la auditoría de las Cuentas Anuales correspondientes al ejercicio 2017 han ascendido a 124 miles de euros (89 miles de euros en 2016).

Adicionalmente, los honorarios abonados en el ejercicio por otros servicios prestados por los auditores de cuentas de la Sociedad correspondientes al ejercicio 2017 han ascendido a 66 miles de euros (79 miles de euros en 2016).

c) Moneda Extranjera

El volumen de transacciones que se ha realizado en 2017 en moneda extranjera en las activaciones de derechos de propiedad audiovisual y derechos de distribución asciende a 28 millones USD (27 millones USD en 2016).

Dentro del apartado de clientes por ventas y prestación de servicios 214 miles de euros están denominados en dólares al 31 de diciembre de 2017 (402 miles de euros al 31 de diciembre de 2016).

Asimismo, dentro del apartado de acreedores por adquisiciones de inmovilizado, 12.701 miles de euros están denominados en dólares al 31 de diciembre de 2017 (14.332 miles de euros al 31 de diciembre de 2016).

## **21. Hechos relevantes posteriores al cierre**

No se han producido acontecimientos posteriores al 31 de diciembre de 2017 y hasta la fecha de formulación de las Cuentas Anuales que suponga cambios en la misma ni mención expresa.

## **LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN 2017**

Los datos sobre la evolución económica disponibles a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales indican que en 2017 la economía española habrá avanzado un 3,1%, igualando el registro de los dos años anteriores a demostración de que la recuperación que comenzó en 2013 se ha mantenido en el tiempo de manera estable y ello a pesar de la crisis política catalana que, si bien ha podido tener algún efecto sobre la actividad económica, parece que sería más bien de carácter limitado y en línea con lo que se esperaba. Se estima igualmente que el consumo privado podría haber crecido en torno a un 2,5% en el año, una cifra que, aún cinco décimas por debajo del registro del año anterior, confirma un dato positivo en un componente del PIB que es muy relevante para nuestro sector.

En términos de empleo, esta buena evolución de la economía podría haber resultado en una caída de la tasa de paro hasta el 16,1% al final del ejercicio, con una creación neta de empleo en el período de alrededor de 500.000 personas.

Este crecimiento continúa siendo superior al de la media de los países de la Eurozona cuyo alza se estima se sitúe en torno a un 2,4% en 2018 tras la considerable mejora experimentada en 2017, un año en el que estas economías han alcanzado registros superiores a lo esperado anotando el mejor dato de crecimiento desde el 2007, con países, como es el caso de Italia y Francia, que tras años de una atonía muy acentuada, han visto crecer sus PIB's muy por encima de los promedios de los últimos ejercicios.

En cuanto al resto del mundo, se estima que la media de crecimiento estará en torno a un 3,6%, mientras que en Estados Unidos nos encontraremos con un 2,2% de avance que compara de manera positiva con el registro de +1,6% experimentado en el ejercicio anterior.

También dan muestras de mejoría las economías latinoamericanas, dándose el caso (nos referimos fundamentalmente a Brasil y Argentina, dos de los mayores países de la región) de que los crecimientos negativos a que asistimos en ejercicios precedentes se han tornado positivos, mientras que México sigue transitando por una senda de crecimiento estable a pesar de las incertidumbres relacionadas con el potencial impacto de las medidas comerciales proteccionistas defendidas por el Presidente Trump.

Por lo que respecta a Asia y, muy especialmente, a China como economía más grande de la zona, los registros de crecimiento muestran continuidad en relación a los de los años precedentes sin que por el momento se atisben síntomas de una quiebra de la tendencia observada.

Por otro lado, y a pesar del nerviosismo que provocaron los movimientos de signo populista que triunfaron en 2016 y entre los que destacan de manera muy significativa la aprobación del Brexit y la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos en noviembre de ese año, el resultado de los procesos electorales llevados a cabo en 2017 (singularmente en Francia y Alemania) parece haber confirmado un clima de mayor estabilidad y ortodoxia por lo que se refiere a la política económica.

A fecha de formulación de estas Cuentas Anuales parece que en 2018 asistiremos a una situación de continuidad en la buena dirección económica apuntada en 2017 tanto por lo que se refiere a Estados Unidos, donde las políticas fiscales expansivas puestas en funcionamiento por la Administración Trump permiten esperar un crecimiento superior al experimentado en 2017, como en Europa, donde se prevé que el PIB de los países de la Unión suba por encima del 2%.

En cuanto a España, las estimaciones apuntan a una evolución del PIB todavía por encima de la media europea si bien algo más contenida que en los años anteriores (el consenso habla de un 2,6%) pero que en definitiva permitiría garantizar un comportamiento positivo del consumo privado y también una reducción adicional en la tasa de desempleo hasta (siempre según el consenso de analistas) niveles de en torno al 15%. Este menor crecimiento se explica por la subida en los precios del petróleo, un menor impulso de la política monetaria expansiva, el agotamiento de la demanda doméstica embalsada, una política fiscal neutral y algún efecto residual de la situación política catalana.

Se espera, por lo tanto, que todos los componentes de la demanda privada crezcan en 2018 en nuestro país, con un consumo privado al alza.

En este entorno de crecimiento moderado pero firme, resta por dilucidar si finalmente el Banco Central Europeo (BCE), a la vista de la evolución positiva de las economías de la Eurozona y de la aparición de tasas de inflación positivas, comenzará a modificar o no la política monetaria expansiva puesta en práctica en los últimos ejercicios, lo que implicaría una subida de los tipos de interés, que actualmente se encuentran en mínimos históricos. En estos momentos parece razonable aventurar que el BCE será cauteloso y que modificará su política únicamente cuando hayan desaparecido los desequilibrios estructurales que justificaron las medidas de relajación cuantitativa y se hayan confirmado de manera inequívoca tanto la ausencia de deflación como el tránsito por una senda de crecimiento económico sostenido.

## **ESTRUCTURA ORGANIZATIVA**

Mediaset España Comunicación, S.A. tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. Al 31 de diciembre de 2017 explota comercialmente siete canales de Televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y Be Mad). Adicionalmente 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 2017 y 2016:

Titular	<u>2017</u> Participación %	<u>2016</u> Participación %
Mediaset S.p.A.	50,20	50,20
Mercado	47,04	49,80
Acciones propias	2,76	-
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

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

- Producción Audiovisual
- Agencia de noticias
- Promoción Publicidad

## **EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2017**

Como se indicaba en los Informes de Gestión que acompañaban a las Cuentas Anuales de los ejercicios 2015 y 2016, la inversión publicitaria en TV creció un 6,4% en el primero de ellos y un 5,5% en el segundo, unos registros que, de manera secuencial, mostraban un comportamiento ligerísimamente decreciente en términos marginales que se explicaba porque, por una parte, las comparativas con los años anteriores eran cada vez más exigentes y, por la otra, porque la publicidad en TV había comenzado a despegar al menos seis meses antes de que lo hiciera la economía en su conjunto, un factor que tendía a desplazar las bases de comparación a medida que el ciclo se iba asentando.

Por lo que se refiere al ejercicio 2017, los datos oficiales del mercado publicitario de TV hechos públicos por Infoadex muestran un crecimiento del 1%, un registro más bajo que el del año anterior y también inferior al incremento de PIB experimentado en el ejercicio.

En realidad, esta cifra final es reflejo de la gran volatilidad interanual que se ha venido observando en el año, con evoluciones trimestrales muy dispares y, de manera singular, con un segundo trimestre que, tras un inicio del año con crecimiento robusto, registró una evolución negativa, una circunstancia que no se producía desde los tiempos anteriores al inicio de la recuperación del mercado.

A partir de julio, la publicidad pasó a comportarse de manera ligeramente positiva respecto al ejercicio anterior demostrando que, si bien de manera más aplanada que en la fase inicial del ciclo de recuperación publicitaria a partir de 2013 en la que el múltiplo de crecimiento era varias veces superior al PIB, su evolución seguía estando correlacionada con éste.

En todo caso, y como ya se señalaba en el Informe de Gestión correspondiente al ejercicio 2016, se ha corroborado en el año como los anunciantes siguen siendo muy

cuidadosos en la planificación de sus campañas así como muy tácticos a la hora de decidir en qué momento invertir, todo lo cual ha redundado en una mayor volatilidad del mercado tanto mes a mes como en el conjunto de cada trimestre.

Por otra parte, los datos de 2017 vuelven a confirmar como la publicidad en TV sigue siendo el medio predominante en el conjunto del mercado publicitario global, con un peso del 40% del mismo, es decir tan solo cinco décimas menos que el porcentaje anotado 2016 y ello aún a pesar de la pujanza que viene evidenciando la publicidad on-line que alcanza ya un 28,9% del pastel publicitario global con los datos de que se dispone a la fecha de elaboración de este Informe de Gestión.

Un año más, el consumo de televisión (medido en minutos por espectador y día) ha seguido mostrando fortaleza ya que, si bien con descensos desde los máximos históricos alcanzados a mediados de 2013 (datos que, por otra parte, estaban seguramente inflados por la severidad de la crisis económica), continúa registrando cifras de las más altas de entre los países de nuestro entorno, lo que constituye sin duda un signo claro de la buena salud del medio televisivo como herramienta de comunicación comercial.

En cuanto a los precios, éstos han continuado su recuperación en el año, si bien a un ritmo menor que en los ejercicios anteriores, estimándose que a finales del ejercicio quedaría aún por recuperar la mitad de lo que se perdió desde los máximos de mercado registrados en 2007 mientras que la ocupación publicitaria se acercó en el año a niveles cercanos a la plena ocupación.

Por lo que respecta a Mediaset España Comunicación, S.A. vale la pena reseñar que en 2017 hemos alcanzado una cuota del 43,3% de la inversión en el medio según los datos de Infoadex, un registro idéntico al del año 2016, lo cual es meritorio ya en 2017 ya que en 2017 no se ha contado con eventos deportivos de relevancia en el ejercicio mientras que en el año anterior se retransmitió el Campeonato Europeo de fútbol de Francia. Este registro nos sitúa a 1,9 puntos de distancia de nuestro principal competidor, que anota un 41,4%, una distancia 0,7 puntos mayor que la que se produjo en 2016.

En cuanto a la audiencia, los datos del año (siempre en términos de Total Día) muestran que nuestra Sociedad continúa siendo líder a nivel global con un 27,3% de audiencia y marcando una diferencia de 0,8 puntos con nuestro principal competidor, todo ello en un año en el que no se ha contado con eventos deportivos de relevancia y en el que los nuevos canales concedidos a finales de 2015 han estado operativos durante todo el ejercicio.

El canal Telecinco ha liderado una vez más la audiencia con un 12,4%, a 1 décima de diferencia de su principal competidor mientras que Cuatro alcanzaba el 5,9% y un 9% el resto de los canales temáticos de la Sociedad, lo que les situó a una distancia de 1,7 puntos respecto a la marca obtenida por los canales temáticos de su principal competidor, todo ello en un año televisivo que en su última parte estuvo muy marcado por el impacto de la crisis catalana en lo que atañe a las audiencias y al componente de actualidad política dentro de las mismas.

Comparando los resultados de la Sociedad en 2017 con los correspondientes a 2016 se aprecia lo siguiente:

- Los ingresos de explotación pasan de 797.044 miles de euros en 2016 a 805.921 miles de euros en 2017 producto fundamentalmente del incremento de los ingresos publicitarios en el ejercicio.
- Los gastos de explotación pasan de 711.237 miles de Euros en 2016 a 701.268 miles de Euros en 2017, una reducción que refleja tanto el impacto del Europeo de Fútbol en el año anterior como la continuación en el actual del tradicional modelo de gestión de costes que es parte fundamental de la estrategia de negocio de la Sociedad.
- Finalmente, el resultado neto de la Sociedad en el ejercicio 2017 se situó en 164.666 miles de euros frente a los 147.201 miles de euros registrados en 2016, una mejora muy significativa que se explica fundamentalmente por la recuperación de los márgenes operativos experimentada en el ejercicio a resultas tanto del incremento de los ingresos de explotación como, de manera especial, por el control de los gastos.

## **DIVIDENDOS**

En el ejercicio 2017 se repartió un dividendo ordinario con cargo a los resultados de 2016 por importe de 147.201 miles de euros, cifra que fue complementada con un dividendo extraordinario de 28.519 miles de euros con cargo a Reservas.

## **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.

Bajo la premisa de que la inversión cinematográfica nace de una obligación legal y no de una decisión libre debemos señalar que se ha apostado en general por la calidad y ambición de los proyectos que se acometen a partir de un criterio estratégico global que impregna su actividad en este campo y por el que se opta, siempre que resulta factible, por producciones de una cierta dimensión y tamaño que favorezcan el acceso a una explotación internacional de las mismas en función de las condiciones de mercado y de nuestra capacidad financiera, ya que la obligación se impone sobre los ingresos generados independientemente de su tendencia o evolución y sin consideración alguna hacia los costes incurridos o los márgenes obtenidos.

En definitiva, el objetivo es aunar eficazmente capacidad financiera, talento, rentabilidad y oportunidades para nuestros profesionales más brillantes o prometedores con el ánimo de, en la medida de lo posible y considerando que se trata de una actividad no voluntaria, intentar rentabilizar la inversión, produciendo películas que combinen calidad y comercialidad, todo ello bajo el sello distintivo de nuestro Grupo.

Pues bien, siguiendo la estela de los magníficos resultados obtenidos en 2015 y 2016, 2017 ha sido nuevamente un año magnífico en el que se han estrenado cuatro producciones que, en su conjunto, han atraído a 8 millones de espectadores y recaudaron 47 millones de euros, lo que supone nada menos que el 48% de la taquilla recaudada por las 188 películas españolas estrenadas en el año. Los títulos a que nos referimos fueron:

“Es por tu bien”: una divertida comedia que recaudó 9,5 millones de euros y fue vista por 1,5 millones de espectadores en salas, estándose negociando actualmente la posibilidad de venta de derechos de “remake” a varios países.

“Tadeo Jones y el secreto del Rey Midas”: dirigida por Enrique Gato, se trata de la segunda parte de las aventuras de este héroe de animación. Con una recaudación de casi 18 millones de Euros y 3,2 millones de espectadores en cines, consiguió el premio Goya a la mejor película de animación.

“El secreto de Marrowbone”: se trata de la ópera prima de Sergio G. Sánchez, guionista, entre otros, de “El Orfanato” y “Lo Imposible”; estrenada en octubre, recaudó en salas 7,3 millones de Euros, fue vista por 1,2 millones de espectadores y se ha vendido internacionalmente en más de 80 territorios.

“Perfectos Desconocidos”: estrenada en diciembre, se trata sin duda de la comedia del año, habiendo producido a la fecha de preparación de este Informe de Gestión una recaudación de más de 20 millones de euros y estando todavía presente en el Top 10 de taquilla de nuestro país. Se trata de un “remake” de la exitosa producción italiana de idéntico título y, dirigida por Alex de la Iglesia, cuenta con un reparto coral de primeros actores y actrices.

Por lo que respecta a 2018, se estrenarán cuatro largometrajes de ficción y un documental, a saber:

“El Cuaderno de Sara”: estrenada a principios de febrero, lleva recaudados 3 millones de euros a fecha de redacción de este Informe de Gestión y continúa en los primeros lugares del ranking de ingresos de taquilla.

“Sanz”: se trata de un documental que gira alrededor de la figura de Alejandro Sanz y de su obra, estando previsto su estreno para el mes de abril.

“Yucatán”: llegará a las salas a finales del mes de agosto y se trata de una comedia dirigida por Daniel Monzón, que ya dirigió “Celda 211” y “El Niño”. Sus protagonistas son Luis Tosar y Rodrigo de la Serna.

“Superlópez”: es la adaptación cinematográfica del famoso comic español. Dirigida por Javier Ruiz Caldera y protagonizada por Dani Rovira, llegará a las pantallas en el mes de noviembre.

En el capítulo de rodajes, 2018 será un año intenso: en junio comenzará el rodaje de “Lo dejo cuando quiero”, una remake de la popularísima comedia italiana “Smetto quando voglio” que será dirigida por Carlos Theron (“Es por tu bien”) mientras que en verano se acometerá la producción de “Waydown”, un “thriller” en inglés de alto presupuesto dirigido por Jaume Balagueró (“Mientras duermes”, “REC”) y, en octubre, “Si yo fuera rico”, “remake” de una comedia francesa homónima que rodará Álvaro

Fernández Armero. Por último, a finales de año Salvador García Calvo (“Los últimos de Filipinas”) se trasladará a África con “Un mundo prohibido”, un relato de supervivencia infantil en un entorno de miseria y en el mismo mes se iniciará el rodaje de la tercera parte de las Aventuras de Tadeo Jones.

## **INTERNET**

Nuestro Grupo ha reforzado durante 2017 su apuesta por la actividad digital, logrando alzarse como la compañía del sector audiovisual con mayor consumo de video on-line en el cómputo global del año, con una media mensual de 81,1 millones de videos vistos frente a los 59,4 millones registrados por su principal competidor. Además, y con un promedio de 348 millones de minutos vistos al mes, se ha colocado en sexta posición del ranking global en Internet tras Google sites, Openload, Facebook, Vevo y Broadband TV.

Una vez más se ha puesto de manifiesto en el año la fidelidad a las webs de la Sociedad por parte de los usuarios, registrándose una media mensual de consumo de video por espectador que se sitúa en 3 horas y 53 minutos, una cifra muy por delante de la que ostenta su principal competidor (1 hora y 37 minutos).

Por otro lado, se ha producido un incremento del 8,2% en el número de usuarios únicos respecto al ejercicio anterior hasta alcanzarse los 11,5 millones, situándose Telecinco.es (7,7 millones de usuarios únicos y 26,7 millones de videos vistos como promedio mensual en el ejercicio) muy por delante de su principal competidor, que ha anotado 7,1 y 3,7 millones respectivamente), mientras que Mitele, con una media de 2,5 millones de usuarios únicos y 48 millones de videos vistos al mes, se sitúa también por delante de los registros de la competencia, circunstancia que se repite igualmente en términos de minutos consumidos.

Cabe destacar como durante el primer semestre de 2017 se renovaron las principales webs del Grupo a fin de conseguir una mejor adaptación tanto al nuevo entorno tecnológico como a los cambiantes hábitos de consumo, habiéndose conseguido que el consumo móvil de nuestros contenidos supere ya el 76%.

Estas modificaciones han permitido homogeneizar la experiencia de navegación y optimizar la carga de contenidos a la vez que se reducían los tiempos de carga y se mejoraban los formatos publicitarios sin penalizar la navegación del usuario.

Desde el punto de vista editorial, se han renovado en el año los esfuerzos para conseguir llegar a nuevos públicos, especialmente por lo que se refiere al nuevo canal de videos para Internet MTMad, lo que ha dinamizado la oferta de contenido digital del Grupo y multiplicado su valor para anunciantes y usuarios.

También en 2017 se han lanzado nuevos proyectos como una nueva web con contenidos digitales y otra dedicada a promoción de deportes que incluye historias de superación, esfuerzo y solidaridad.

En el ámbito infantil y juvenil se ha creado una nueva plataforma de entretenimiento en HD y accesible desde Mitele.es dotada de control parental.

Finalmente, a finales de 2017 se ha puesto en funcionamiento un sistema de suscripción a alertas para una mejor información de las novedades en nuestras webs y

se han redoblado los esfuerzos tanto para mejorar el posicionamiento de nuestros contenidos en los buscadores.

### **ACCIONES PROPIAS**

La Sociedad posee 9.282.275 títulos de autocartera cuyo valor nominal al 31 de diciembre de 2017 representa el 2,76% del capital social (4.641 miles de euros de valor nominal), estando por debajo del máximo permitido por la Ley de Sociedades de Capital para entidades cotizadas.

Los aumentos a 31 de diciembre de 2017 se corresponden con la implantación del Plan de Recompra de Acciones aprobado con fecha 23 de febrero de 2017.

Las disminuciones a 31 de diciembre de 2017 se deben principalmente a la remuneración a empleados mediante acciones.

El valor en libros de las Acciones Propias al 31 de diciembre de 2017 asciende a 100.500 miles de euros (0 miles de euros al 31 de diciembre de 2016).

### **PAGO A PROVEEDORES**

En el año 2017 el período medio de pago a los proveedores nacionales de la Sociedad ha sido de 71 días.

Cabe resaltar que la diferencia respecto al máximo estipulado en la normativa sobre morosidad se debe casi exclusivamente al riguroso control ejercitado por la Sociedad 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, la Sociedad cumple escrupulosamente las pautas marcadas en la citada normativa anti-morosidad.

### **EL TÍTULO MEDIASET ESPAÑA**

El año 2017 comenzó envuelto en un clima de considerable incertidumbre política derivada tanto de los acontecimientos acaecidos en 2016 (“Brexit”, elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos) como de los relevantes procesos electorales programados para el año (Francia y Alemania fundamentalmente), todo lo cual parecía apuntar hacia un ejercicio bursátil marcado por la volatilidad.

Sin embargo, la reacción de los mercados fue en una dirección opuesta a la esperada, observándose crecimientos sostenidos en la mayor parte de los mercados y alcanzándose records históricos en los selectivos de Estados Unidos, Alemania y Reino Unido.

En este sentido, los mejores comportamientos por lo que respecta a los mercados europeos tuvo lugar en el FTSE tuvieron lugar en el FTSE Mib italiano (+13,6% en el año), el DAX30 alemán (+12,5%), CAC40 francés (+9,3%) y FTSE100 británico (+7,6%), mientras que el Euro Stoxx50, índice de referencia europeo que aglutina las mayores empresas cotizadas del continente, se revalorizó en un 6,5%.

Por lo que respecta a Estados Unidos, los índices más relevantes han alcanzado como apuntábamos máximos históricos; el Nasdaq cerró el año con un incremento del

28,2% seguido del Dow Jones que creció un 25,1%, mientras que el S&P500 se revalorizó un 19,4%.

La conclusión es que unos buenos datos macroeconómicos a nivel global sumados a una baja volatilidad han animado a los inversores a apostar por la renta variable.

Por lo que respecta a España, el IBEX35 subió un 7,4% en el año (lo que constituye el mejor dato desde 2013), con 24 valores al alza y con una evolución interanual marcada por una primera parte muy positiva (hasta mayo la subida fue de casi un 20% superando los 11.100 puntos) y una última marcada por la crisis política catalana que trajo como consecuencia la retirada del mercado de muchos inversores temerosos de las posibles consecuencias negativas del proceso. El balance final fue que el selectivo cerró en positivo en siete de los doce meses del año, tocando mínimos el 23 de enero (9.305 puntos) y alcanzando su registro más alto el 5 de mayo 11.120 puntos), siendo Santander, BBVA y Telefónica los valores más negociados en el ejercicio (un 40% del volumen total del mismo).

Por lo que respecta a Mediaset España Comunicación, S.A., el título cerró el año cotizando a 9,36 Euros, con una caída del 16,1%. El máximo de cotización se registró el 4 de mayo cuando alcanzó los 13 euros; a partir de ahí, y en coincidencia con las incertidumbres relativas a la situación de algún broadcaster extranjero que produjo un efecto contagio al resto de operadores del sector, el título comenzó a bajar hasta que el 10 de noviembre anotó su peor registro (8,62 euros).

El promedio diario de títulos negociados en el ejercicio fue de 1.290.029 (equivalente a 14.153.426 euros), con una caída del 19% respecto al año anterior y el volumen total negociado se situó en 3.609,1 millones de euros, con una variación negativa del 14,5% respecto al año anterior. El volumen total de títulos negociados se situó en 354,3 millones frente a los 411,5 millones del año anterior, siendo el mes de mayo, en coincidencia con el pago de dividendo anual, el de más negociación de títulos de Mediaset España Comunicación, S.A.

La capitalización bursátil de Mediaset España Comunicación, S.A. a 31 de diciembre de 2017 era de 3.151,3 millones de euros, lo que la situaba en el puesto 30 del Ibex35 y, aún a pesar de haber perdido en torno a 600 millones de euros de capitalización en el ejercicio, continuaba una vez más como líder indiscutido entre las compañías españolas del sector, con una capitalización superior en un 33% al conjunto de todas ellas y marcando una diferencia de 1.187.463 miles de euros respecto a su principal competidor Atresmedia, lo que la permitía posicionarse en cuarto lugar dentro de los broadcasters europeos, inmediatamente detrás de ITV, Prosieben y Mediaset S.p.A.

## **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 Comunicación, S.A. 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 y (ii) Política Retributiva (Deloitte) y (iii) Responsabilidad Corporativa (PricewaterhouseCoopers), 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.

Adicionalmente con base en las novedades normativas legales que han entrado en vigor en el ejercicio se acompaña este informe el “Estado de Información No Financiera” del ejercicio 2017.

## **COBERTURA DE RIESGOS FINANCIEROS**

La Sociedad 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 a la Sociedad se detalla en la Nota 8.3 de las Cuentas Anuales adjuntas.

## **INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

Nuestras principales inversiones se concentran en los contenidos presentes y futuros que nuestra Sociedad 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.

Adicionalmente, con base en las novedades normativas legales que han entrado en vigor en el ejercicio se acompaña a este informe, el “Estado de Información No Financiera del ejercicio 2017”.

### **ACONTECIMIENTOS SIGNIFICATIVOS POSTERIORES AL CIERRE**

A la fecha de formulación de este Informe de Gestión no se han producido hechos significativos posteriores al cierre del ejercicio.

### **ESTRUCTURA DE CAPITAL**

El capital Social de la Sociedad asciende a 168.359 miles de euros representativos de 336.717.490 títulos al 31 de diciembre de 2017 y 2016. La totalidad de los mismos está representado mediante anotaciones en cuenta y son de idéntica clase.

Las acciones de la Compañía cotizan en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. El Código ISIN es ES0152503035.

Desde el 3 de enero de 2005 Mediaset España Comunicación, S.A. es una sociedad que cotiza en el IBEX 35.

### **PERSPECTIVAS DE EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE LA SOCIEDAD**

Es de todos sabido que nuestro negocio depende fundamentalmente del mercado publicitario que, a su vez, ha estado históricamente correlacionado de una manera bastante directa con el consumo privado y con las perspectivas de evolución del mismo y a través de estas variables, con la renta disponible de las familias y con el nivel de empleo. Sin embargo, para apreciar con perspectiva cómo interactúan entre sí estas variables hay que tomar en consideración periodos de tiempo suficientemente prolongados ya que, de otro modo, los resultados pueden resultar engañosos y confundir más que clarificar.

Además, esta correlación se ve afectada por la duración del ciclo publicitario y por el momento del mismo en el que se desarrolla la actividad.

Resulta por lo tanto superfluo resaltar que el negocio de nuestro Grupo en 2018 no podrá desligarse del contexto macroeconómico general en el que desarrollamos nuestra actividad ni tampoco de las magnitudes más correlacionadas con aquel, si bien habrá que matizar esta interdependencia con los factores de ciclicidad y de volatilidad interanual ya comentados.

Se ha explicado ya en este Informe de Gestión que los datos correspondientes a 2017 ponen de manifiesto que la economía española ha seguido creciendo a ritmo sostenido y mostrando una de las tasas más elevadas de nuestro entorno, estimándose que en 2018 continuarán las subidas en las principales variables macroeconómicas, si bien a niveles algo inferiores producto de haberse agotado algunos de los vientos de cola que estaban presentes en años pasados y también como consecuencia de la situación política en Cataluña.

En este sentido, si atendemos a las previsiones económicas más autorizadas, se prevé que el PIB español crezca en el año algo menos que en 2017 (el consenso se sitúa en un 2,5% de incremento con un consumo privado avanzando a un ritmo algo

menor). Por supuesto que estas previsiones no toman en cuenta factores exógenos o imponderables en el ámbito internacional que pudieran afectar a nuestra economía.

Por lo que se refiere específicamente a la actividad de televisión en abierto, esperamos que siga su curso el proceso de consolidación y normalización del sector al que hemos asistido en los últimos años, no previéndose que se modifique el panorama de operadores y canales existentes que quedó fijado tras la asignación de seis nuevos canales a finales de 2015.

Esperamos igualmente que el ciclo publicitario continúe al alza a caballo del crecimiento económico subyacente; en este contexto, la recuperación de los precios de venta de la publicidad, tan castigados durante los años de la crisis, seguirá siendo una prioridad si bien a ritmos más en consonancia con el momento del ciclo en que nos encontramos y siempre en el característico entorno de volatilidad en el corto plazo que ha sido la constante de los últimos ejercicios.

Esperamos igualmente 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 estable tal y como ha venido sucediendo en los últimos años a demostración de la importancia de la TV como medio de distribución de los mensajes publicitarios en razón de su penetración, simultaneidad en la llegada a los consumidores, uniformidad en los métodos de medición de audiencias e impactos y seguridad de su entorno al tratarse de un medio fuertemente regulado.

Continuaremos igualmente nuestros esfuerzos para asegurar la distribución de nuestros contenidos a través de todas las plataformas y dispositivos al alcance de los espectadores (TV, plataformas on-line, etc.) invirtiendo para ello tanto en recursos económicos como de personal en línea con lo que hemos venido haciendo en los últimos años, siempre con una estrategia basada en la venta de publicidad en los distintos soportes como principal fuente de ingresos.

En este contexto de un mercado cambiante y de nuevas formas de distribución de contenidos audiovisuales, la estrategia de negocio de nuestro Grupo seguirá centrada en mantener nuestra posición de liderazgo tanto por lo que se refiere a la audiencia como a la explotación del mercado publicitario, con una fuerte presencia de la producción de contenidos propios tanto a través de nuestros propios medios como en asociación con productoras independientes, con especial significación por lo que se refiere a aquellas en las que poseemos una participación no de control.

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 competir eficazmente de los nuevos entrantes que han pasado a operar en el mercado español.

Proseguiremos igualmente con la estrategia de comercialización de nuestros contenidos propios que, si bien representa todavía un porcentaje pequeño de nuestros ingresos, ha ido avanzando a buen ritmo en estos últimos años y supone una línea de negocio rentable y con futuro.

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 a nuestro sector.

Por lo que se refiere a nuestra parrilla, continuaremos 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. En este contexto, la emisión de los partidos del Campeonato Mundial de Fútbol de Rusia de 2018 adquiridos, creemos que será el complemento perfecto, por su notoriedad y relevancia, para apuntalar nuestra estrategia de negocio en el año.

Finalmente, el mantenimiento de una sólida posición financiera y patrimonial (que se plasma en la ausencia de endeudamiento y en la existencia de una caja positiva) 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.

Adicionalmente, y una vez normalizada la situación económica en la que se mueve nuestro sector, continuaremos con nuestra política de retribución al accionista a través de la distribución (a través de los distintos medios a nuestra disposición, dividendos, compras de acciones propias u otros) de la tesorería sobrante.

**Normas aplicables al nombramiento y sustitución de los miembros del órgano de administración, a la modificación de los Estatutos Sociales y a los poderes de los miembros del Consejo de Administración, en particular los relativos a la posibilidad de emitir o recomprar acciones.**

#### **A. Normas aplicables al nombramiento y sustitución de los Consejeros.**

##### **Artículo 41 de los Estatutos Sociales - Designación de Consejeros.**

1. Los Consejeros serán nombrados por acuerdo de la Junta General, y sin perjuicio de la designación de Consejeros mediante el sistema proporcional adoptado con los requisitos establecidos en la normativa aplicable.
2. El cargo de Consejero será renunciable, revocable y reelegible una o más veces. El nombramiento de los Consejeros surtirá efecto desde el momento de su aceptación.
3. Si durante el plazo para el que fueron nombrados los Consejeros se produjesen vacantes, el Consejo podrá designar las personas que hayan de ocuparlas

hasta que se reúna la primera Junta General. Asimismo, de producirse la vacante una vez convocada la Junta General y antes de su celebración, el Consejo de Administración podrá designar un Consejero hasta la celebración de la siguiente Junta General.

4. No podrán ser nombrados Consejeros las personas incursoas en cualquier supuesto de incompatibilidad o prohibición previsto en la Ley, los presentes Estatutos o el Reglamento del Consejo de Administración.

#### **Artículo 54 de los Estatutos Sociales - Duración del cargo de Consejero.**

1. El Consejero será nombrado por un plazo de cuatro (4) años, pudiendo ser reelegido una o más veces por períodos de igual duración. Vencido el plazo, el nombramiento caducará, una vez se haya celebrado la siguiente Junta General o haya concluido el término legal para la convocatoria de la Junta General Ordinaria.
2. Los Consejeros independientes podrán ejercer su cargo por un plazo máximo de doce (12) años, no pudiendo ser reelegidos transcurrido dicho plazo, salvo Informe motivado favorable por parte de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

#### **Artículo 55 de los Estatutos Sociales – Dimisión y cese de los consejeros.**

1. Los Consejeros cesarán en su cargo cuando lo decida la Junta General, cuando notifiquen su renuncia o dimisión a la Sociedad y cuando haya transcurrido el período para el que fueron nombrados. En este último caso, el cese será efectivo el día en que se reúna la primera Junta General.
2. 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 ochenta y cinco (85) años; (b) cuando cesen en los puestos ejecutivos a los que estuviere asociado su nombramiento como Consejero; (c) cuando por circunstancias sobrevenidas se vean incursoas en alguno de los supuestos de incompatibilidad o prohibición aplicables; (d) cuando resulten gravemente amonestados por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones por haber infringido sus obligaciones como Consejeros; (e) cuando su permanencia en el Consejo pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de la Sociedad; o (f) cuando desaparezcan las razones por las que fueron nombrados.
3. Cuando un Consejero cese voluntariamente en su cargo antes de finalizado el mandato deberá remitir a todos los miembros del Consejo de Administración una carta en las que explique las razones de su cese. Asimismo, la Sociedad deberá comunicar dicho cese a la Comisión Nacional del Mercado de Valores como hecho relevante y explicar los motivos del cese en el Informe Anual sobre Gobierno Corporativo.

## **B. Normas aplicables a la modificación de los Estatutos Sociales de la Sociedad.**

### **Artículo 34 de los Estatutos Sociales – Adopción de acuerdos**

1. La Junta General, Ordinaria o Extraordinaria, adoptará sus acuerdos con las mayorías exigidas por la normativa aplicable. Cada acción con derecho a voto presente o representada en la Junta General dará derecho a un voto.
2. La mayoría necesaria para aprobar un acuerdo requerirá el voto favorable de la mayoría simple de las acciones con derecho a voto presentes o representadas en la Junta General, entendiéndose adoptado un acuerdo cuando obtenga más votos a favor que en contra del capital presente o representado. Quedan a salvo los supuestos en que la Ley o estos Estatutos Sociales estipulen una mayoría superior.

En particular, cuando en segunda convocatoria concurren accionistas que representen el veinticinco por ciento (25%) o más del capital suscrito con derecho a voto sin alcanzar el cincuenta por ciento (50%), los acuerdos a que se refiere el artículo 25.2 anterior solo podrán adoptarse con el voto favorable de los dos tercios (2/3) del capital presente o representado en la Junta. Cuando concurren accionistas que representen más del cincuenta por ciento (50%) bastará con que el acuerdo se adopte por mayoría absoluta del capital presente o representado.

### **C.- Poderes de los miembros del Consejo de Administración y, en particular, los relativos a la posibilidad de emitir o recomprar acciones.**

Las normas a este respecto se encuentran, en primer lugar, en los Estatutos Sociales de la Compañía y, en segundo lugar, en su Reglamento Interno de Conducta.

**A.** En cuanto los Estatutos Sociales, el artículo 37 regula las facultades de administración y supervisión, disponiendo lo siguiente:

1. Salvo en las materias reservadas a la competencia de la Junta General por la Ley o los Estatutos Sociales, el Consejo de Administración es competente para adoptar los acuerdos sobre toda clase de asuntos, siendo el máximo órgano de decisión de la Sociedad.
2. Sin perjuicio de que correspondan al Consejo de Administración los más amplios poderes para gestionar, dirigir, representar y administrar la Sociedad, el Consejo de Administración centrará esencialmente su actividad en la definición y supervisión de las estrategias y directrices generales de gestión que deben seguir la Sociedad y su Grupo, así como en la difusión, coordinación y seguimiento de la implementación general de las estrategias, políticas y directrices de gestión de la Sociedad y su Grupo con el objetivo general de la creación de valor para el accionista, confiando por regla general la dirección y la gestión de los negocios ordinarios de la Sociedad a los órganos delegados y al equipo de dirección.
3. En todo caso, habrán de reservarse a la exclusiva competencia del pleno del Consejo de Administración, sin posibilidad de delegación, las decisiones relativas a las siguientes materias:

- i. Su propia organización y funcionamiento.
- ii. La convocatoria de la Junta General, la elaboración del orden del día y de las propuestas de acuerdo.
- iii. Formulación de las cuentas anuales, del informe de gestión y de la propuesta de aplicación del resultado, así como las cuentas y el informe de gestión, y su presentación a la Junta General.
- iv. La formulación de cualquier informe exigido por Ley en cada momento al Consejo de Administración, siempre y cuando la operación a que se refiere el informe no pueda ser delegada.
- v. El nombramiento de Consejeros por cooptación y elevación de propuestas a la Junta General relativas al nombramiento, ratificación, reelección o cese de Consejeros.
- vi. El nombramiento y destitución del o, en su caso, de los Consejeros Delegados de la Sociedad, así como el establecimiento de las condiciones de sus contratos.
- vii. La designación y renovación de los cargos internos del Consejo de Administración y de los miembros de las Comisiones.
- viii. La fijación, de conformidad con los presentes Estatutos Sociales, de la retribución de los miembros del Consejo de Administración, a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.
- ix. La formulación, previo informe favorable emitido por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, del Informe de Política Retributiva de los Consejeros conforme a la legislación vigente y a las recomendaciones de gobierno corporativo.
- x. El pago de dividendos a cuenta.
- xi. El pronunciamiento sobre toda oferta pública de adquisición que se formule sobre valores emitidos por la Sociedad.
- xii. La aprobación y modificación del Reglamento del Consejo de Administración que regule su organización y funcionamiento internos.
- xiii. La formulación del Informe Anual de Gobierno Corporativo.
- xiv. El ejercicio de las potestades delegadas por la Junta General cuando no esté prevista la facultad de sustitución y ejercer cualesquiera funciones que la Junta General le haya encomendado, salvo que hubiera sido expresamente autorizado por ella para subdelegarlas.
- xv. La aprobación, previo informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, de las operaciones que la Sociedad o sociedades del Grupo realicen con Consejeros, en los términos previstos por la normativa

aplicable al respecto, o con accionistas titulares, de forma individual o concertadamente con otros, de una participación significativa incluyendo accionistas representados en el Consejo de Administración de la Sociedad o de otras sociedades que formen parte del Grupo o con personas a ellos vinculadas. Los Consejeros afectados o que representen o estén vinculados a los accionistas afectados deberán abstenerse de participar en la deliberación y votación del acuerdo en cuestión a excepción de aquellas operaciones establecidas por la Ley en cada momento.

No requerirán la aprobación por el Consejo de Administración, previo informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, las operaciones vinculadas que la Sociedad realice reuniendo simultáneamente las siguientes tres condiciones: (i) que se realicen en virtud de contratos cuyas condiciones estén estandarizadas y se apliquen en masa a un elevado número de clientes, (ii) que se realicen a precios o tarifas establecidos con carácter general por quien actúe como suministrador del bien o servicio de que se trate, y (iii) que su cuantía no supere el uno por ciento de los ingresos anuales de la Sociedad.

- xvi. La aprobación de las inversiones u operaciones de todo tipo que por su elevada cuantía o especiales características, tengan carácter estratégico o especial riesgo fiscal, salvo que su aprobación corresponda a la Junta General.
- xvii. La celebración de cualquier contrato o establecimiento de cualquier relación jurídica entre la Sociedad y un tercero cuyo valor sea superior a 80.000.000 de euros, salvo que su aprobación corresponda a la Junta General.
- xviii. La determinación de las políticas y estrategias generales de la Sociedad, y en concreto:
  - a) Aprobar los presupuestos anuales y, en su caso, del plan estratégico.
  - b) Aprobar y supervisar los objetivos de gestión y la política de dividendos.
  - c) Aprobar y supervisar la política de inversiones y financiación.
  - d) Definir la estructura societaria del grupo de sociedades del que la Sociedad sea entidad dominante.
  - e) Aprobar y supervisar la política de Gobierno Corporativo de la Sociedad y del Grupo.
  - f) Aprobar y supervisar la Política de Responsabilidad Social Corporativa.
  - g) Aprobar la política de remuneraciones de los Consejeros para su sometimiento a la Junta General.
  - h) Aprobar la política de autocartera de la Sociedad.

- xix. Determinar la estrategia fiscal de la Sociedad.
  - xx. La evaluación del desempeño de los Consejeros Ejecutivos de la Sociedad.
  - xxi. La supervisión del efectivo funcionamiento de las Comisiones que hubiera constituido y de la actuación de los órganos delegados y de los directivos que hubiera designado.
  - xxii. 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.
  - xxiii. El nombramiento y destitución de los directivos que tengan dependencia directa del Consejo de Administración o de alguno de sus miembros, así como el establecimiento de las condiciones básicas de sus contratos, incluyendo su retribución.
  - xxiv. La aprobación, a propuesta de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, de la información financiera que debe publicar la Sociedad periódicamente.
  - xxv. La aprobación de la creación o adquisición de participaciones en entidades de propósito especial o domiciliadas en países o territorios que tengan la consideración de paraísos fiscales, así como cualquier transacción u operación de naturaleza análoga que, por su complejidad, pudiera menoscabar la transparencia del Grupo.
  - xxvi. La autorización o dispensa de las obligaciones derivadas del deber de lealtad conforme al régimen de imperatividad y dispensa establecido por la Ley.
  - xxvii. La creación, organización y supervisión de un canal interno de denuncias.
  - xxviii. Cualquier otro asunto que el Reglamento del Consejo de Administración reserve al conocimiento del órgano en pleno.
4. Cuando concurren circunstancias de urgencia, debidamente justificadas, se podrán adoptar las decisiones correspondientes a los asuntos incluidos en los apartados i, xii, xv, xvi, xviii a), xviii b), xviii c), xviii d), xviii e), xviii f), xix, xxii, xxv y xxiv anteriores, por la Comisión Ejecutiva o el Consejero Delegado, que deberán ser ratificadas en el primer Consejo de Administración que se celebre tras la adopción de la decisión.
5. El Consejo de Administración deberá realizar una evaluación anual de su funcionamiento y el de sus Comisiones, y proponer sobre la base del resultado de la evaluación, un plan de acción que corrija las deficiencias detectadas. El resultado de la evaluación se consignará en el acta de la sesión o se incorporará a ésta como anejo.

Las facultades inherentes al Consejo de Administración, salvo aquellas legal o estatutariamente indelegables, las ostenta la Comisión Ejecutiva y el Consejero Delegado Solidario, D. Paolo Vasile.

En cuanto al Reglamento Interno de Conducta (RIC) de Mediaset España Comunicación, S.A. y su Grupo de Sociedades en su actuación en los Mercados de Valores, es el apartado 13 el que establece las normas aplicables en relación con las operaciones de autocartera, disponiendo al efecto cuanto sigue:

Artículo 13.- Normas en relación con las operaciones de autocartera:

1. A efectos de este *Reglamento* se considerarán operaciones de autocartera aquellas que realice la Sociedad, ya sea de forma directa o a través de cualquiera de las sociedades del Grupo, que tengan por objeto Valores Afectados.
2. Las operaciones de autocartera del Grupo no se realizarán en ningún caso sobre la base de Información Privilegiada y tendrán siempre una finalidad legítima, tal como facilitar a los inversores la liquidez adecuada en la negociación de las acciones de la Sociedad, ejecutar programas de recompra de acciones propias o de estabilización aprobados de acuerdo con la normativa vigente, cumplir compromisos legítimos previamente contraídos o cualesquiera otros fines admisibles conforme a la normativa aplicable y los criterios publicados al efecto por la CNMV.

En ningún caso las operaciones de autocartera tendrán como finalidad influir en el libre proceso de formación de los precios de las acciones de la Sociedad, mediante la generación de señales engañosas relativas a su volumen de contratación o liquidez.

3. La gestión de la autocartera se llevará a efecto con total transparencia en las relaciones con los supervisores y los organismos rectores de los mercados. Las operaciones de autocartera serán notificadas a las CNMV en los supuestos, plazos y con los requisitos previstos legalmente.
4. El Director Financiero del Grupo Mediaset, como Responsable de la Gestión de la Autocartera, que deberá ser estanca, deberá:
  - a) Informar a la Dirección de Cumplimiento Normativo (en adelante DCN) con la máxima antelación posible y, al menos, con 24 horas, de cualquier operación de autocartera que se pretenda llevar a cabo;
  - b) Mantener puntual y regularmente informada a la DCN, o a petición de esta, sobre todas las operaciones de autocartera realizadas, manteniendo un archivo actualizado de todas las operaciones de autocartera;
  - c) Informar regularmente a la Comisión de Auditoría de los riesgos asumidos en las operaciones autocartera concertadas;
  - d) Vigilar la evolución en los mercados de las acciones de la Sociedad.

**Acuerdos significativos que dependan del cambio de control de la Sociedad dominante.**

No existe ningún acuerdo significativo que esté sujeto al cambio de control de la Sociedad dominante.

**Acuerdos de la Sociedad dominante con sus cargos de administración y dirección que prevean indemnizaciones especiales.**

1- Consejero Ejecutivo:

Régimen indemnizatorio:

a) Extinción por baja voluntaria: devengo por año: salario fijo año más el importe correspondiente al bonus año/13,5 siendo la compensación total la suma de los años de trabajo.

b) Despido procedente o improcedente: indemnización legal más indemnización mencionada en el punto a) anterior.

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:

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.

3.- Director General

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.

4.- Director de División:

Extinción del contrato a instancia de la empresa (salvo despido procedente):  
Indemnización consistente en una anualidad de la retribución bruta de carácter fijo más la indemnización legal que corresponda.

5.- Director de División:

Extinción del contrato por causa imputable a la empresa o bien suspensión, modificación o limitación por parte de la empresa de sus funciones percibirá la mayor indemnización de las siguientes opciones:

- A) Indemnización que parte de 1.020.000 €, decreciendo mensualmente en 34.000 €, durante los 30 meses siguientes a la firma (30/01/2006) hasta quedar a 0.
- B) Indemnización igual a 12 meses de salario vigente.

6.- Director de Dirección:

Fecha de inicio del contrato: 10 de octubre de 2009.

- A) Del 7º al 9º año: seis mensualidades salario fijo (indemnización legal excluida).
- B) A partir del 10º año: indemnización legal.

7.- Director de Dirección:

En caso de extinción del contrato a instancia de la empresa, y salvo en el supuesto de despido declarado procedente: indemnización de ciento veinte mil euros brutos (120.000,00 €), incluida la indemnización legal. A partir del momento en que la indemnización legal fuera superior a la pactada, se tendrá derecho exclusivamente a la indemnización legal que correspondiera.

8.- Director de Área:

Durante los 3 primeros años: 12 mensualidades del salario fijo (indemnización legal incluida).

- A partir del 4º año y siguientes: 6 mensualidades del salario fijo (indemnización legal incluida).

# MEDIASET *españa.*



## INFORME ANUAL CORPORATIVO 2017



Estado de Información no Financiera 2017



# INFORME

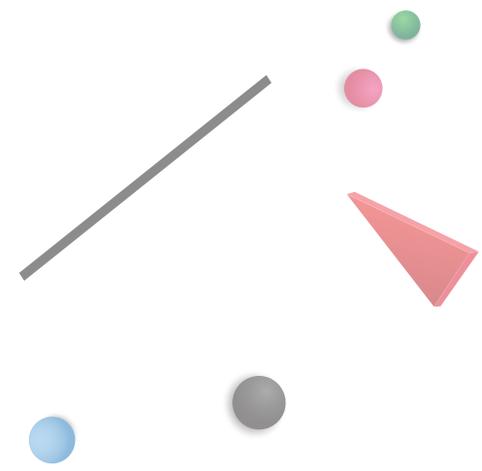
ANUAL  
CORPORATIVO 2017

MEDIASET *españa.*





# ÍNDICE



MEDIASET *españa.*



# V

## PRESENTACIÓN

Carta del Presidente	VI
Carta del Consejero Delegado	VIII
Contexto del Negocio	3
Principales indicadores de desempeño	8

# 9

## MODELO DE GOBIERNO

Estructura de la propiedad	10
Sistema de Gobierno Corporativo	16
Sistema de Gestión de Riesgos	25
Protección de Datos	42
Ciberseguridad	44
Gestión de la Cadena de Proveedores	46
Gestión de los Contenidos	52
Gestión de la Comunicación Corporativa	62
Gestión de la Publicidad	65
Gestión del Equipo Humano	68
Gestión de la relación con Accionistas e inversores	75
Relación con los Grupos de Interés	76
Participación en el Desarrollo de Políticas Públicas	78
Participación en Iniciativas de RC	79

# 80

## MODELO DE NEGOCIO

Estrategia	81
Modelo de Negocio	84
Factores clave de éxito y diferenciación	85
Otros indicadores de desempeño	86
Negocio Audiovisual	89
Negocio Publicitario	124
Equipo Humano	129
Valor para los Accionistas e inversores	144
Desempeño Económico-Financiero	150
Transparencia Fiscal	151
Cash Flow Social	155
Valor para la Sociedad	156
Cumplimiento del Pacto Mundial	160
Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	161
Desempeño Ambiental	163

# 172

## ACERCA DE ESTE INFORME

Alcance	173
Estándares	173
Proceso de elaboración del informe	173
Análisis de Materialidad	174
Diálogo	178
Verificación Externa	178
Tabla de indicadores GRI	180
Glosario	190
Directorio	192

### Cómo navegar por este informe

ir al índice	pág. anterior	pág. siguiente	imprimir	buscar	enviar

#### Acceso directo al capítulo

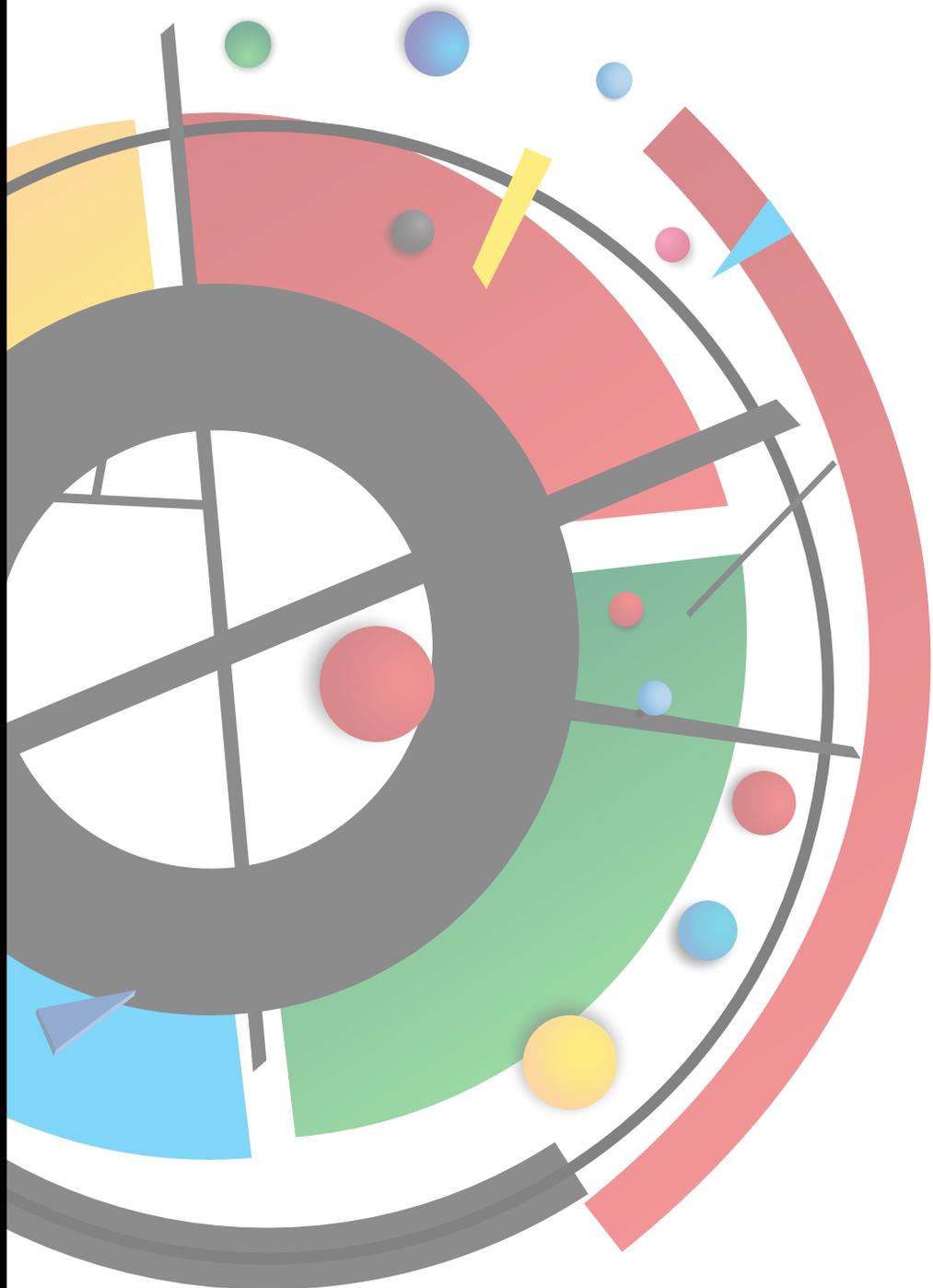


### Más información

Acceda a información complementaria que puede ser de su interés

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





# PRESENTACIÓN



MEDIASET *españa.*



# CARTA DEL PRESIDENTE



## Alejandro Echevarría Presidente

Estimados accionistas:

Constituye un verdadero orgullo presentarles los resultados del ejercicio 2017, un año en el que, de nuevo, Mediaset España ha conservado su liderazgo entre las compañías de televisión españolas bajo todos los puntos de vista, ya sea en audiencia televisiva, cuota e ingresos publicitarios, márgenes operativos, rentabilidad, etc.

La evolución económica del país durante este periodo ha sido positiva, con especial referencia a la recuperación del consumo y del empleo; contexto en el cual la publicidad televisiva continúa mejorando, revelándose como el principal medio de comunicación comercial.

En este contexto, el comportamiento de Mediaset España ha sido excelente, como así lo acredita un somero repaso de sus principales magnitudes económicas: un beneficio neto de 197,5 M€; con un incremento del 15,5% respecto a 2016; un EBITDA de 262,2M€, que supone un margen de 26,3% sobre los ingresos netos totales, y una mejora del 8,8% con respecto a 2016; y un EBIT de 245,3M€, un 9,3% más que en 2016 y un margen del 24,6%.

Nuestra evolución bursátil se ha visto afectada perjudicialmente por diversas oscilaciones de origen exógeno, tanto a nivel internacional, como por problemas domésticos, relacionados éstos con la inestabilidad política y económica provocada por las elecciones autonómicas catalanas. Aun así, el beneficio por acción ha sido de 0,60€, un 17,6% más elevado que el obtenido en 2016 (0,51€).

Respecto al ámbito puramente televisivo, Mediaset España ha concluido 2017 como el grupo líder de audiencia en televisión por séptimo año consecutivo, además de ser la referencia absoluta en consumo audiovisual online e impacto social. La audiencia televisiva media obtenida por nuestros canales ha sido del 28'7% de share.

**RESPECTO AL ÁMBITO PURAMENTE TELEVISIVO, MEDIASET ESPAÑA HA CONCLUIDO 2017 COMO EL GRUPO LÍDER DE AUDIENCIA EN TELEVISIÓN POR SÉPTIMO AÑO CONSECUTIVO.**

## LA TELEVISIÓN EN ABIERTO SIGUE SIENDO EL PRINCIPAL MOTOR DEL MERCADO AUDIOVISUAL, CON UNA PENETRACIÓN DEL 99% EN LA SOCIEDAD, DANDO LUGAR A UN CONSUMO MEDIO POR HABITANTE DE 225 MINUTOS DIARIOS DE TELEVISIÓN.

En fin, en un contexto en el que se oyen cada vez más voces alarmistas sobre el cambio en los hábitos de consumo audiovisual y del trasvase de los presupuestos de inversión publicitaria a otros medios emergentes, la televisión en abierto sigue disfrutando de una vitalidad envidiable.

Es indudable que la sociedad cambia, y cambian, por tanto, las ofertas de contenidos, apareciendo nuevos competidores, distintos, pero nuevos. Pero también lo es, sin duda, que la televisión en abierto sigue siendo el principal motor del mercado audiovisual, con una penetración del 99% en la sociedad, dando lugar a un consumo medio por habitante de 225 minutos diarios de televisión, siendo el pilar fundamental de la producción audiovisual española, pues más dos tercios de la producción española de obras europeas es financiada por los operadores de televisión en abierto. Con ello, resulta imposible desconocer que, durante los últimos años, la mayoría de largometrajes de éxito en España han sido impulsados, financiados y producidos por operadores de televisión, destacando entre ellos Mediaset España.

Un año más, hemos renovado nuestro compromiso adquirido con el Pacto Mundial de Naciones Unidas junto a sus Diez Principios y hemos ido avanzando en la Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible dando apoyo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como así se refleja a lo largo de nuestro Informe del ejercicio 2017, que tengo el placer de presentarles. Un Informe que recoge de forma integrada, la información económico-financiera, de buen gobierno y ética, social y ambiental, así como el impacto de nuestra actividad sobre la sociedad, el mapa de los principales riesgos y el análisis de los asuntos relevantes para nuestros grupos de interés; información financiera y no financiera desde una perspectiva de largo plazo que muestra a nuestros grupos de interés, todos los componentes de la creación de valor empresarial y la forma en la que éste puede verse afectado por los riesgos y oportunidades futuras.

El 2017 ha sido un año de impulso de la diversidad dentro de los órganos de gobierno de Mediaset España. Tras los últimos nombramientos aprobados en el Consejo de Administración el porcentaje de consejeras ha pasado de un 7,70% a un 23% cerca del objetivo establecido por las recomendaciones de gobierno corporativo, aumentando también de forma significativa en las comisiones de gobierno de la sociedad.

No quiero dejar pasar la oportunidad de mostrar todo nuestro agradecimiento a los telespectadores que día tras día disfrutan de nuestros contenidos, a los anunciantes que eligen nuestros canales como vehículo de su comunicación comercial, a los accionistas que nos confían sus expectativas, y a nuestros trabajadores, que son nuestros compañeros de viaje. Con todos ellos quiero compartir el ánimo que imprime la consecución de los resultados que aquí presentamos.

# CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO



## Paolo Vasile Consejero Delegado

Supone un verdadero orgullo poder comenzar esta misiva de la misma forma que lo hacía el año pasado, diciendo que Mediaset España ha revalidado en el ejercicio su liderazgo entre las compañías de televisión españolas en audiencia, cuota de mercado, ingresos publicitarios, márgenes operativos y rentabilidad, logrando sus mejores resultados operativos anuales desde 2008. Pocas novedades en este sentido, pero qué envidiable y satisfactoria rutina!

Efectivamente, el gran potencial comercial de la compañía, líder en inversión publicitaria desde 2004, junto con la eficaz gestión de sus recursos, han llevado a Mediaset España a incrementar su beneficio neto en un 15,5% respecto a 2016, hasta alcanzar los 197,5M€.

Mediaset España ha liderado la inversión publicitaria en televisión, con una cuota de mercado del 43,3%, incrementando sus ingresos publicitarios brutos en medios propios hasta los 946,4M€; circunstancia que, en unión del ahorro generado en los costes operativos, ha permitido a Mediaset España conseguir un EBITDA de 262,2M€ (+8,8% respecto a 2016), con un margen sobre ingresos totales del 26,3%; y un EBIT de 245,3M€ (+9,3% respecto a 2016), con un margen sobre ingresos totales del 24,6%. Todo ello, con una posición financiera neta realmente subrayable: 135,3M€ tras remunerar a nuestros accionistas con un total de 275,7M€ (100M€ en recompra de acciones propias durante el año y 175,7M€ en dividendo).

También desde un punto de vista puramente televisivo renovamos nuestro liderazgo, ya por séptimo año consecutivo: la familia de canales de Mediaset España ha alcanzado un 28,7% de audiencia acumulada y ha sido también la primera opción, tanto en el target comercial (30,4%), como en prime time (28,5%); además de ser la referencia en jóvenes de 13 a 24 años (35,1%) también por séptimo año.

En este contexto, Telecinco (13,3%) sigue siendo, por sexto año consecutivo, la cadena más vista, siendo, asimismo, la primera opción en target comercial (12,5%) y en “prime time” (13,5%). Y, por su parte, Cuatro (6,2%), es la tercera cadena nacional privada en target comercial (7,2%), consolidando su fortaleza entre el público millennial (7,4%).

Nuestros buques insignia, junto con el resto de nuestros canales (Factoría de Ficción 3,1%, Divinity 2,2%, Energy 2%, Boing 1,3%, y Be Mad 0,6%), conforman la oferta televisiva más completa e integrada de nuestro país.

En el ámbito cinematográfico, Mediaset España viene dando buena muestra de cómo convertir los riesgos en oportunidades, pues no sólo da cumplida respuesta a la obligación legal de financiación de cine español, sino que, ya por cuarto año consecutivo, Telecinco Cinema se ha erigido en líder de la producción de cine español, obteniendo una cuota de mercado de casi el 48% y 8 millones de espectadores con el estreno de las cuatro películas más taquilleras y vistas del año 2017: “Tadeo Jones 2”, “Perfectos Desconocidos”, “Es por tu bien” y “El secreto de Marrowbone”.

**MEDIASET ESPAÑA  
HA LIDERADO  
LA INVERSIÓN  
PUBLICITARIA  
EN TELEVISIÓN,  
CON UNA CUOTA  
DE MERCADO  
DEL 43,3%,  
INCREMENTANDO  
SUS INGRESOS  
PUBLICITARIOS  
BRUTOS EN  
MEDIOS PROPIOS  
HASTA LOS  
946,4M€.**

En el ámbito digital, Mediaset España se ha situado un ejercicio más a la cabeza del consumo de vídeo por Internet, sumando a las principales cabeceras de sus canales (Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es) y a sus plataformas de contenidos en directo y a la carta (Mitele.es y Mtmad.es), nuevos desarrollos, como son GeneraciónPro.es (web dirigida al deporte base) y Yasss.es (especialmente destinada a la generación Z y los millennials).

Y por lo que respecta a las redes sociales, Mediaset España obtiene cifras que la alzan al liderazgo audiovisual, con 36,5 millones de comentarios en redes sociales, el 48,4% del total de los realizados sobre televisión, y cuenta con 40,3 millones de seguidores en sus 180 cuentas activas.

Otro de los terrenos en los que hemos avanzado novedosa y significativamente, es el de la comercialización de nuestros contenidos para plataformas que normalmente ofrecen sus contenidos en vídeo a la carta (VOD), normalmente OTT.

En este sentido, Mediaset España ha firmado acuerdos de contenidos con las principales plataformas de SVOD como Netflix, Amazon Prime Vídeo y HBO; ha cerrado alianzas para plataformas en Latinoamérica, México y USA de la mano de Amazon Prime Vídeo y Flow, y ha renovado nuevos acuerdos con Claro y Blim, plataforma SVOD del grupo Televisa. En el territorio latinoamericano, DirecTV ha seguido apostando por los contenidos de Mediaset España a través de su plataforma de televisión de pago OnDirecTV, al igual que el canal de pago Europa, del grupo AMC.

Estas iniciativas relacionadas con el ámbito digital a las que me acabo de referir, son la demostración del esfuerzo por la adaptación y diversificación que está abordando Mediaset España, de que el movimiento se demuestra andando y de que, en verdad, la única forma de no verse sorprendido y superado por el cambio, es formar parte del mismo.

Es innegable que han surgido nuevas ofertas de contenido audiovisual, particularmente las provenientes de las plataformas OTT. No se trata, como se suele especular, de nuevos competidores de la televisión tradicional; que, todo sea dicho, goza de una excelente salud, como lo acreditan los datos de consumo televisivo medio diario (225 minutos), y el hecho de que los anunciantes sigan considerando la televisión generalista como el principal soporte de sus campañas publicitarias. Estas plataformas constituyen nuevos actores en el ámbito audiovisual, nuevos compañeros de viaje con los que resulta preciso y conveniente convivir, estableciendo lazos de colaboración que puedan resultar recíprocamente provechosos. Así lo está haciendo Mediaset España.

En fin, resulta complicado glosar en unas pocas líneas todo un año de duro trabajo. Sin embargo, espero haber podido transmitir las principales claves del éxito de esta maravillosa realidad que se llama Mediaset España.

OTRO DE LOS TERRENOS EN LOS QUE HEMOS AVANZADO NOVEDOSA Y SIGNIFICATIVAMENTE, ES EL DE LA COMERCIALIZACIÓN DE NUESTROS CONTENIDOS PARA PLATAFORMAS QUE NORMALMENTE OFRECEN SUS CONTENIDOS EN VÍDEO A LA CARTA (VOD), NORMALMENTE OTT.

**Mediaset España, cotizada desde el año 2004 y perteneciente al IBEX 35, cuenta con la familia de canales líder de audiencia en España con una firme apuesta por la producción propia, situándose como uno de los principales creadores y productores de contenidos de España.**

Cadena más vista en España por sexto año consecutivo, acumula 18 años de liderazgo entre los canales comerciales, con una oferta de actualidad y entretenimiento, siempre cercana y atenta a los gustos de la audiencia generalista.

Tercera cadena temática más vista y líder entre los canales femeninos. Basada en una estrategia de expansión 360°, ha incrementado y fortalecido su oferta de producción propia, articulando sus contenidos a través de sellos temáticos diferenciados, estrenos de ficción y factuales y la creación de eventos especiales de programación.



Tercera cadena nacional privada en el target comercial, cuenta con una variada oferta de entretenimiento que profundiza en todos los géneros, desde la comedia al dating show, docu-realities, aventura, actualidad, reportajes e investigación.

Canal que apuesta por la ficción internacional dirigida a la audiencia masculina, con series de acción, ciencia ficción y de terror, entre otras, que junto a diferentes títulos de cine de acción integran su oferta.



MARCAS  
MEDIASET  
ESPAÑA



Primer canal de divulgación en abierto en HD dirigido a una audiencia urbana y comercial con edades comprendidas entre los 16 y los 44 años. La producción propia, los factuales y los docu-realities son sus sellos distintivos.



Canal infantil líder de la televisión comercial por quinto año consecutivo, une a los niños y a sus familias frente a la pantalla, con el estreno exclusivo de series reconocidas por su originalidad y su apuesta por los contenidos de producción propia, capaces de generar un feedback positivo en el entorno digital.

Canal temático líder por sexto año consecutivo con una consolidada oferta de programación, integrada por emblemáticas comedias nacionales, exitosas ficciones americanas y espacios de humor.



Nace del compromiso de Mediaset España de trasladar sus programas y series de mayor éxito a la comunidad hispanohablante del continente americano. CincoMAS está presente en el continente americano a través de los principales operadores de cable, satélite y OTT, acercando una amplia oferta de contenidos de televisión, que incluye las series y miniseries más exitosas de Telecinco, programas, factuales, magazines diarios e, incluso, Informativos Telecinco.

Site destinado a la venta online de entradas para eventos culturales y de entretenimiento.



Web donde se encuentran disponibles para su compra todos los productos oficiales licenciados de Mediaset España.



MARCAS  
MEDIASET  
ESPAÑA



Plataforma de contenidos de televisión en directo y a la carta líder en España, ofrece contenido bajo demanda de los programas, series, documentales, películas y eventos deportivos de Mediaset España, así como la emisión en directo de todos sus canales, además de eventos exclusivos. Con un diseño responsive adaptado para PC's, dispositivos móviles, aplicaciones y Smart TV, con la última tecnología multibránde, que garantiza la calidad del contenido a través de la adaptación de la imagen al ancho de banda de cada usuario, Mitele permite personalizar la lista de contenidos, el uso del control parental y el acceso desde diferentes dispositivos.

Plataforma online de vídeos exclusivos con más de 80 canales diferentes en la que los nuevos talentos digitales pueden expresarse a través de sus propios códigos y lenguajes. Todos los formatos están diseñados y producidos para el entorno digital, en el que la compañía está desarrollando y explorando nuevas fórmulas experimentales de producción propia online.

Marca que integra la oferta radiofónica online de Mediaset España, con la que la compañía refuerza su estrategia multimedia. Permite escuchar y ver en directo en streaming cada edición de su oferta de programas o seguirla a la carta, ya sea online o a través de descarga, cuando y en el soporte que el oyente desee.



Portal de información meteorológica de Mediaset España, ofrece también diferentes contenidos y curiosidades que conectan El Tiempo con otros ámbitos como el deporte, la salud o el ocio.



Nueva web de entretenimiento e información destinada a los jóvenes nacidos en el S.XXI, acostumbrados a que sus fuentes de información y entretenimiento sean, casi en exclusiva, medios de comunicación digitales, redes sociales y comunidades en línea.



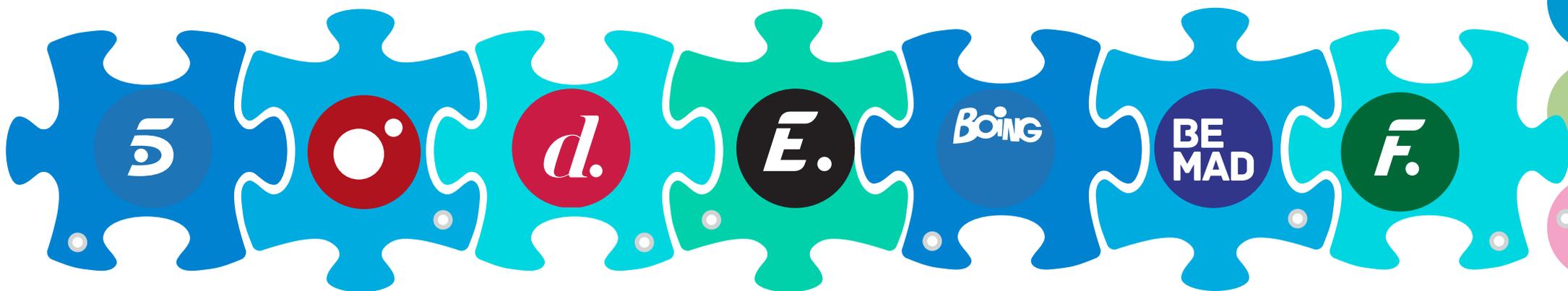
## CONTEXTO DEL NEGOCIO

El contexto actual de negocio presenta un escenario de creciente competencia, progresiva fragmentación de la audiencia y diversificación hacia nuevas formas de consumo de contenidos audiovisuales.

Datos recientes demuestran que no ha habido un descenso en el consumo de contenidos audiovisuales, si bien se está experimentando un **cambio en los hábitos de consumo**, pues lo que antes era un consumo/hogar, en torno a la televisión tradicional, ha empezado a girar hacia el consumo/individuo, gracias a la proliferación de segundas pantallas, redes sociales y móviles inteligentes.

Por otra parte, la irrupción de **plataformas de contenidos online** en España en los últimos años explica en buena medida, la tendencia incremental de consumo de contenidos por internet. En consecuencia, el segmento de publicidad en internet ha experimentado un crecimiento.

La creciente implantación de las plataformas de contenidos online y de los servicios de contenido a la carta son tendencias que han motivado, entre otras, el proceso de **revisión de la normativa sobre comunicación audiovisual** (Directiva 2010/13/UE de servicios de comunicación audiovisual), si bien a fecha de cierre de ejercicio dicha revisión no ha concluido.





Entre los objetivos de la reforma, inicialmente, destacan los siguientes:

- El acercamiento de las obligaciones de los operadores de servicios no lineales a las de los operadores de servicios lineales, en materia de protección de menores y cuota europea
- Mayor flexibilidad de la regulación publicitaria.

Por otra parte, en el marco de la Estrategia del Mercado Único Digital, la Comisión Europea ha lanzado algunas iniciativas legislativas en materia de **derechos de propiedad intelectual**, encontrándose en tramitación aún al finalizar 2017. Asimismo, la Comisión prevé trabajar con expertos de los Estados Miembros y jueces nacionales para mejorar las guías existentes en materia de respeto a los derechos de propiedad intelectual, si bien a fecha de cierre de ejercicio no hay un calendario establecido.

En otro orden, en 2017 fue aprobada la normativa comunitaria relativa a la **portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea** en el mercado interior (Reglamento 2017/1128 del Parlamento Europeo y del Consejo). Este Reglamento, directamente aplicable en los Estados Miembros a partir del 20 de marzo de 2018, obliga a garantizar la portabilidad de los servicios de contenido en línea, con el fin de garantizar que los abonados puedan acceder a dicho servicio cuando se encuentren presentes temporalmente en otro Estado Miembro. No obstante, la repercusión de este Reglamento para Mediaset España será nula o residual, dado el tipo de servicios que ofrece la compañía actualmente.



TODAS LAS WEBS DE MEDIASET ESPAÑA HAN ESTRENADO DISEÑO Y ARQUITECTURA RESPONSIVE EN 2017, LO QUE LAS CONVIERTE EN MÁS NAVEGABLES Y ACCESIBLES DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO.

## Mediaset España está preparada

El consumo de contenidos audiovisuales en dispositivos conectados a internet permite a la audiencia tener más opciones y flexibilidad para ver contenidos en cualquier lugar. Esta es una oportunidad del sector media para llegar de manera directa a los espectadores y cada día adquiere más relevancia ser capaces de producir contenidos de interés para los espectadores.

En este sentido, el modelo de negocio de Mediaset España está basado en la **producción propia de contenidos**; la compañía lleva desde principios del 2000 produciendo internamente la gran mayoría de los contenidos que emite, disponiendo así de una dilatada experiencia en la producción, así como de una enorme y variada librería de contenidos audiovisuales.

La apuesta de algunos nuevos actores por la digitalización de los contenidos, ya sea por su distribución a través de internet como por la mayor producción de contenidos exclusivos digitales, ha hecho que Mediaset España continúe el proceso iniciado hace 3 años de mejora de sus plataformas digitales y puesta a disposición de sus espectadores de contenidos propios con la mejor experiencia para el usuario.

El actual escenario digital supone una mejoría en el acceso a los contenidos gracias a un incremento consecuente en los niveles de creatividad y experimentación, que viene acompañado también de la multiplicación de la oferta y una targetización de la misma.

El **desarrollo de Mitele**, que en 2017 ha incorporado nuevos canales de Mediaset España a su emisión en directo; el **nacimiento de MTMAD**, junto a la sinergia de contenidos con BeMad; la creación de **nuevas plataformas de contenidos** tales como **Generación Pro**, primera web de un medio de comunicación en España dedicada a contenidos y valores del deporte base, inclusivo y minoritario y Yasss, nueva web independiente destinada a la conocida como 'Generación Z', es decir, jóvenes nacidos en el s. XXI que no conocen la vida sin internet, suponen una mejora en la distribución y accesos creados por la compañía, que desarrolla su entorno on-line en paralelo con el consumo tradicional de televisión, y le permite afrontar con éxito las oportunidades derivadas de los cambios en los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales, atendiendo a la creciente demanda por los contenidos nativos digitales y las nuevas fórmulas de entretenimiento en internet.

## Respuesta de Mediaset España ante los retos del entorno

- **Diferenciación e identificación clara del modelo de oferta de la televisión** convencional frente a los modelos digitales: el valor del directo, el valor de la participación y de la comunicación con el espectador, la identificación con el contenido, la importancia de la simultaneidad.
- **Ampliación de la producción propia.**
- **Ampliación y diversificación de los soportes de difusión** de los contenidos generados por Mediaset España.
- Desarrollo y ampliación de **áreas vinculadas con el negocio digital.**
- **Desarrollos tecnológicos** que permiten una optimización del consumo de los contenidos digitales.
- **Campañas de comunicación** (en la televisión generalista y en las plataformas digitales de la empresa) para trasladar a los usuarios "100% digitales" donde pueden consumir los contenidos generados por el Grupo.
- **Maximización de las sinergias** entre la televisión convencional (lineal) y las plataformas digitales.
- **Priorización del desarrollo de los contenidos** dentro de los soportes creados y desarrollados por Mediaset España, creando comunidad dentro de éstos.
- Creación y puesta en valor de un **entorno seguro y controlado de consumo.**

MEDIASET ESPAÑA ESTÁ PREPARADA TÉCNICA Y EDITORIALMENTE PARA AFRONTAR EL RETO DE EMITIR SUS CONTENIDOS EN LOS NUEVOS DISPOSITIVOS Y CON LA MEJOR EXPERIENCIA PARA EL USUARIO.

BeMad introduce de forma pionera en la televisión en abierto, la experiencia “binge-whatching”, la emisión non-stop de especiales de programación monográficos que cruzan y asocian formatos nativos de Mtmad con programas de televisión de temáticas vinculadas. Una estrategia cuyo objetivo es la optimización de los resultados de audiencia, innovación en la programación y elevar la rentabilidad de los productos emitidos, marcando un hito nunca antes llevado a estos límites por ninguna otra televisión en abierto a nivel nacional, con el que el canal más transversal de Mediaset España pretende seguir acompañando al espectador más inquieto en su búsqueda de nuevas formas de disfrutar del ocio audiovisual.

**Garantizar la máxima visibilidad a las marcas y mejorar sustancialmente la experiencia de navegación al usuario** desde cualquier dispositivo ha sido uno de los objetivos de Mediaset España en 2017 con el rediseño de los principales sites que integran su oferta online. Una estrategia basada en una oferta de contenidos de alto interés y elevado poder de atracción sobre el usuario, convirtiendo a su público en fan y fiel seguidor que busca de forma proactiva la información y el contenido. Todo ello puesto a disposición del usuario con un **diseño responsive**, que le permite una navegación mucho más accesible desde todos los dispositivos por los sites de todos los canales de Mediaset España.

Con el estreno de su nuevo diseño, los sites ofrecen una experiencia de navegación homogénea en todos los dispositivos, algo especialmente reseñable dado que tres de cuatro usuarios acceden al contenido online a través de móvil o tablet. Con una cabecera común que permite acceder directamente a todo el universo online de Mediaset España desde cualquier site o contenido del grupo, las webs incorporan novedades técnicas de última generación que proporcionan un acceso a los contenidos óptimo, progresivo y casi infinito en un entorno más seguro.

Las webs de Mediaset España se adaptan así a las nuevas formas de consumo digital incorporando un nuevo menú desplegable y la opción de ‘infinite scroll’, que potencia la navegación vertical, especialmente diseñada para dispositivos móviles. Además, integra una nueva ‘guía

TV’ que permite el acceso a toda la programación de los diferentes canales de la compañía y de forma inmediata a las emisiones online en directo, e incorpora un sistema de alertas de programación integradas que permite a los usuarios el acceso directo a las noticias sobre televisión.

Mediaset España no solo afronta el desafío digital a través de sus propias plataformas de divulgación de contenidos, sino que también ha establecido **alianzas y acuerdos para la producción y distribución de algunas de sus series** con los principales “nuevos operadores”, nuevas plataformas de pago de distribución de contenidos de mayor éxito en el mercado, abriendo un nuevo escaparate para la difusión de los contenidos propios del Grupo.

En este entorno digital ha crecido de forma significativa, a lo largo de todo el año, un acontecimiento que obliga a extremar la vigilancia de la compañía a la hora de gestionar los contenidos a emitir: la fuerte irrupción de las denominadas “fake news”. Existe el peligro de ser manipulados e influenciados a través de las redes sociales, por contenidos que determinados grupos fabrican para influir de una determinada manera en la opinión o las decisiones. Los conocidos como “ejércitos digitales” crean noticias difíciles de contrastar; unos contenidos que pueden menoscabar la credibilidad de la compañía si fuesen recogidos por sus canales y resultasen contenidos falsos. Ello representa un desafío para Mediaset España, al que intenta dar respuesta mediante la aplicación de mecanismos para filtrar, contrastar e informar en el menor periodo de tiempo y sin descuidar el rigor informativo necesario. No obstante, los profesionales de la compañía son conscientes del reto que plantea la necesidad de definir nuevas fórmulas para el manejo diario de la información, que contemplen mecanismos que permitan hacer frente a esta nueva realidad.

Por otra parte, a través de su canal internacional CincoMas, tanto de forma directa como a través de alianzas con otros operadores del continente americano, Mediaset España afianza su apuesta de llevar sus programas y series de mayor éxito a la comunidad hispanohablante de la región, ampliando a nuevos mercados su oferta de contenidos propios.

LA NUEVA ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN QUE HAN INCORPORADO LAS WEBS DE LA COMPAÑÍA EN 2017 HA FAVORECIDO LA EXPERIENCIA DE USUARIO DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES Y HA PERMITIDO TAMBIÉN, MEJORAR LA PRESENCIA DE FORMATOS PUBLICITARIOS SIN PENALIZAR LA NAVEGACIÓN DEL USUARIO.

## EL CONTINUO INCREMENTO EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES POR PARTE DEL PÚBLICO HA SUPUESTO UNA OPORTUNIDAD PARA LA COMPAÑÍA PARA TESTAR LOS GUSTOS DE LA AUDIENCIA Y VALORAR LA REPUTACIÓN Y ADECUACIÓN A LOS GUSTOS EN RELACIÓN A LOS CONTENIDOS EMITIDOS.

Ante el progresivo declive del SMS como vehículo de comunicación, y su consiguiente impacto en el negocio de la interactividad con la audiencia a través de los concursos y votaciones, Mediaset España ha ido integrando las oportunidades derivadas de la generalización del **e-commerce** y la popularización de la tecnología, incorporando en su estrategia las oportunidades de desarrollo de negocio vinculadas al ecosistema online. Entre otros, destaca el lanzamiento de la web Mas que coches renting, nuevo e-commerce vinculado al renting de vehículos para particulares; el fortalecimiento de alianzas con los promotores culturales más importantes del país a través de Taquilla Mediaset, promoviendo también alianzas con promotores y teatros pequeños para dar apoyo a propuestas más modestas, pero de gran calidad.

Por otra parte, el continuo incremento en el uso de las redes sociales por parte del público, como medio de valoración de los contenidos emitidos por Mediaset España y de difusión de sus múltiples marcas, ha supuesto una oportunidad para la compañía para testar los gustos de la audiencia y valorar la reputación de los mismos.

Paralelamente, los nuevos formatos de consumo de contenidos y formas de interactividad han llevado a una progresión en el conocimiento de los comportamientos de los usuarios, llamado **Big Data**. Mediaset España tiene la posibilidad de conocer, con los debidos mecanismos técnicos de análisis de datos y los debidos consentimientos de los usuarios, las necesidades y preferencia de éstos en cuanto a contenidos audiovisuales y a intenciones de compra de productos. Ello supone una oportunidad de elevado valor para la compañía, para captar nuevas fuentes de ingresos en el corto y medio plazo, oportunidades que Mediaset España está potenciando mediante la inversión en herramientas y equipos que faciliten los procesos de análisis de la información. El reto radica en permeabilizar en la organización la posibilidad de uso de estas herramientas, e identificar las ventajas y nuevas oportunidades de negocio que puede traer para el negocio principal de la televisión en abierto.



# PRINCIPALES INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESULTADO DE EXPLOTACIÓN  
(MILLONES DE EUROS)

**245,3**

2016: 224,4  
2015: 205,2

BENEFICIO NETO<sup>1</sup>  
(MILLONES DE EUROS)

**197,5**

2016: 171  
2015: 166,17

INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN AJENA  
(MILLONES DE EUROS)

**106,4**

2016: 125,3  
2015: 124,2

INVERSIÓN EN PRODUCCIÓN DE FICCIÓN  
(MILLONES DE EUROS)

**47,6**

2016: 35,4  
2015: 44,6

INVERSIÓN EN COPRODUCCIÓN  
(MILLONES DE EUROS)

**19,1**

2016: 16,2  
2015: 9,4

INVERSIÓN TÉCNICA  
(MILLONES DE EUROS)

**14,2**

2016: 14,6  
2015: 15,0

INGRESOS PUBLICITARIOS NETOS  
(MILLONES DE EUROS)

**932**

2016: 929  
2015: 902

RATIO DE EFICACIA PUBLICITARIA<sup>2</sup>

**151**

2016: 143  
2015: 140

CUOTA MEDIA DE PANTALLA

**28,7%**

2016: 30,2%  
2015: 31%

HORAS DE PROGRAMACIÓN<sup>3</sup>

**61.320**

2016: 58.804  
2015: 52.560

PLANTILLA MEDIA  
(NO. DE EMPLEADOS)

**1.280**

2016: 1.275  
2015: 1.266

1. Atribuible a los accionistas de la Sociedad dominante.

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

3. Abarca las horas de emisión de todos los canales de Mediaset España.



# MODELO

DE GOBIERNO

MEDIASET *españa.*



# ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

MEDIASET ESPAÑA TIENE COMO OBJETO SOCIAL LA GESTIÓN INDIRECTA DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN.

## Estructura organizativa del grupo

El Grupo Mediaset España es un grupo de comunicación 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 televisivos, 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 España 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, Energy, Divinity y BEMAD, contando con las correspondientes licencias concedidas para prestar el servicio de comunicación audiovisual.

La compañía tiene su domicilio social en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4, 28049, Madrid y comenzó a cotizar en Bolsa el día 24 de junio de 2004, estando presente en la actualidad en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, pasando a formar parte del índice IBEX35 desde el 3 de enero de 2005.

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

dicha actividad, tales como la producción audiovisual, la promoción de la publicidad o la agencia de noticias.

Como sociedad dominante del Grupo, Mediaset España está obligada a elaborar, además de sus propias Cuentas Anuales, las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo.

Las sociedades consolidadas del Grupo son:

Sociedades consolidadas por integración global	País	2017	2016
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	España	100%	100%
Telecinco Cinema, S.A.U.	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%	75%
Publimedia Gestión, S.A.U. <sup>(1)</sup>	España	100%	100%
Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.)	España	100%	100%
Sogecable Editorial, S.L.U.	España	100%	100%
Premiere Megaplex, S.A.U.	España	-	100%
Integración Transmedia, S.A.U. <sup>(1)</sup>	España	-	100%
Netsonic, S.L. <sup>(1)</sup>	España	100%	69,86%
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	España	100%	-
Sociedades integradas por el método de la participación			
Pegaso Televisión, Inc	EEUU	43,7%	43,7%
Producciones Mandarina, S.L.	España	30%	30%
La Fábrica de la Tele, S.L.	España	30%	30%
Furia de Titanes II, A.I.E. <sup>(3)</sup>	España	34%	34%
Megamedia Televisión, S.L. <sup>(2)</sup>	España	30%	30%
Supersport Televisión, S.L.	España	30%	30%
Emissions Digital de Catalunya, S.A.	España	-	34,66%
Aunia Publicidad Interactiva, S.L. <sup>(1)</sup>	España	50%	50%
Alea Media, S.A.	España	40%	-
Melodía Producciones, S.L.	España	40%	-
Adtech Ventures, S.p.A. <sup>(1)</sup>	Italia	50%	-

(1) La participación en estas Sociedades es a través de Publiespaña, S.A.U

(2) La participación en esta Sociedad es a través de Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

(3) La participación en esta A.I.E. es a través de Telecinco Cinema, S.A.U.

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.

### Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017

- El 11 de enero de 2017 el Grupo ha constituido la sociedad Concursos Multiplataformas, S.A.U. de la que posee el 100% de su capital social.
- El 23 de marzo de 2017 el Grupo ha vendido el 100% de la participación de la sociedad Premiere Megaplex, S.A.U.
- El 5 de abril de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 40% de la sociedad Melodía Producciones, S.L.
- El 11 de julio de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 50% de la sociedad Adtech Ventures, S.p.A.
- El 2 de agosto el Grupo ha vendido el 34,66% que poseía de la sociedad Emissions Digitals de Catalunya.
- El 23 de octubre el Grupo ha adquirido a Mediaset Investment S.A.R.L. el 25 % que ésta poseía de la sociedad Mediacinco Cartera, S.LU., pasando así a poseer el 100% de la citada sociedad.
- El 13 de diciembre el Grupo ha adquirido el 30,14% que le restaba de Netsonic hasta completar el 100%.

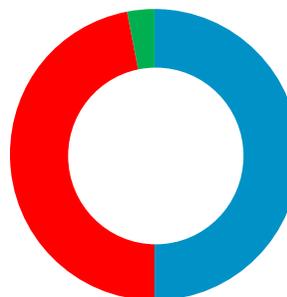
### Cambios en la estructura accionarial del Grupo Mediaset España en 2017

- Al amparo de la autorización del Consejo de Administración del 23 de febrero de 2017, y tras la autorización conferida por la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 13 de abril de 2016, la compañía lanzó un nuevo programa de recompra de acciones propias por un importe total de €100 millones.

- En el periodo 17 de mayo - 21 de agosto de 2017 la compañía adquirió un total de 9.282.275 acciones a un precio medio de €10,77, lo que conforma una inversión total de €100.000.000,61

A raíz de los movimientos expuestos, a 31 de diciembre de 2017, el capital social de Mediaset España queda repartido de la siguiente forma:

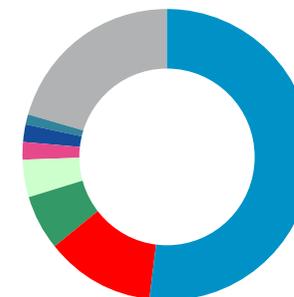
### Accionariado



- Mediaset SpA 50,208%
- Free float (flotante) 47,03%
- Autocartera 2,76%

Fuente: Thomson Reuters

### Accionariado por países



- Italia 51,9%
- Estados Unidos 12,2%
- Reino Unido 6,5%
- Francia 4,3%
- Alemania 2,0%
- Noruega 1,8%
- España 1,1%
- Resto del mundo 20,2%

Fuente: Thomson Reuters

## Sociedades dependientes

Las sociedades dependientes son aquellas sobre las que Mediaset España tiene capacidad para ejercer control efectivo. Dicha capacidad se manifiesta por la propiedad directa o indirecta de más del 50% de los derechos políticos de las entidades participadas.

### Participación directa a través de Mediaset España

#### **Publiespaña, S.A.U.**

Comercialización de la publicidad.

#### **Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.**

Gestión y explotación de los derechos de autor.

#### **Telecinco Cinema, S.A.U.**

Producción cinematográfica.

#### **Conecta 5 Telecinco, S.A.U.**

Distribución de contenidos audiovisuales en Internet.

#### **Mediacinco Cartera, S.L.U.**

Holding inactiva.

#### **Advertisement 4 Adventure, S.L.U.**

Holding para proyectos de "media for equity".

#### **Sogecable Editorial, S.L.U.**

Gestión y explotación de los derechos de autor.

#### **Concursos Multiplataformas, S.A.U.-**

Juegos y concursos.

### Sociedades participadas por Publiespaña S.A.U.

**Publimedia Gestión, S.A.U.**  
Comercialización de la publicidad.

**Netsonic, S.L.**  
Publicidad de video online.

## Sociedades asociadas

A continuación se detallan las sociedades asociadas, entidades sobre las que Mediaset España tiene capacidad para ejercer una influencia significativa (lo que se presupone cuando la participación es, al menos, del 20%) sin tener control sobre las mismas.

## Sociedades participadas directamente por Mediaset España

**Pegaso Televisión Inc.-** Holding donde que canaliza la inversión en Caribevisión Network (canal de televisión de habla hispana que emite en la costa este de Estados Unidos y en Puerto Rico).

**Producciones Mandarin, S.L.-** Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales.

**La Fábrica de la Tele, S.L.-** Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales.

**Supersport Televisión, S.L.-** Producción de programas deportivos.

**Alea Media, S.A.-** Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales.

**Melodía Producciones, S.L.-** Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales.

## Sociedades participadas indirectamente, a través de Publiespaña S.A.U.

**Aunia Publicidad Interactiva, S.L.U.**  
Servicios de comunicación audiovisual.

**Adtech Ventures, S.p.A.**  
Comercialización, en Italia y en el extranjero, de publicidad.

## Sociedades participadas indirectamente, a través de Conecta 5 Telecinco S.A.U.

**Megamedia Televisión, S.L.**  
Creación, desarrollo, producción y explotación de contenidos audiovisuales multimedia.

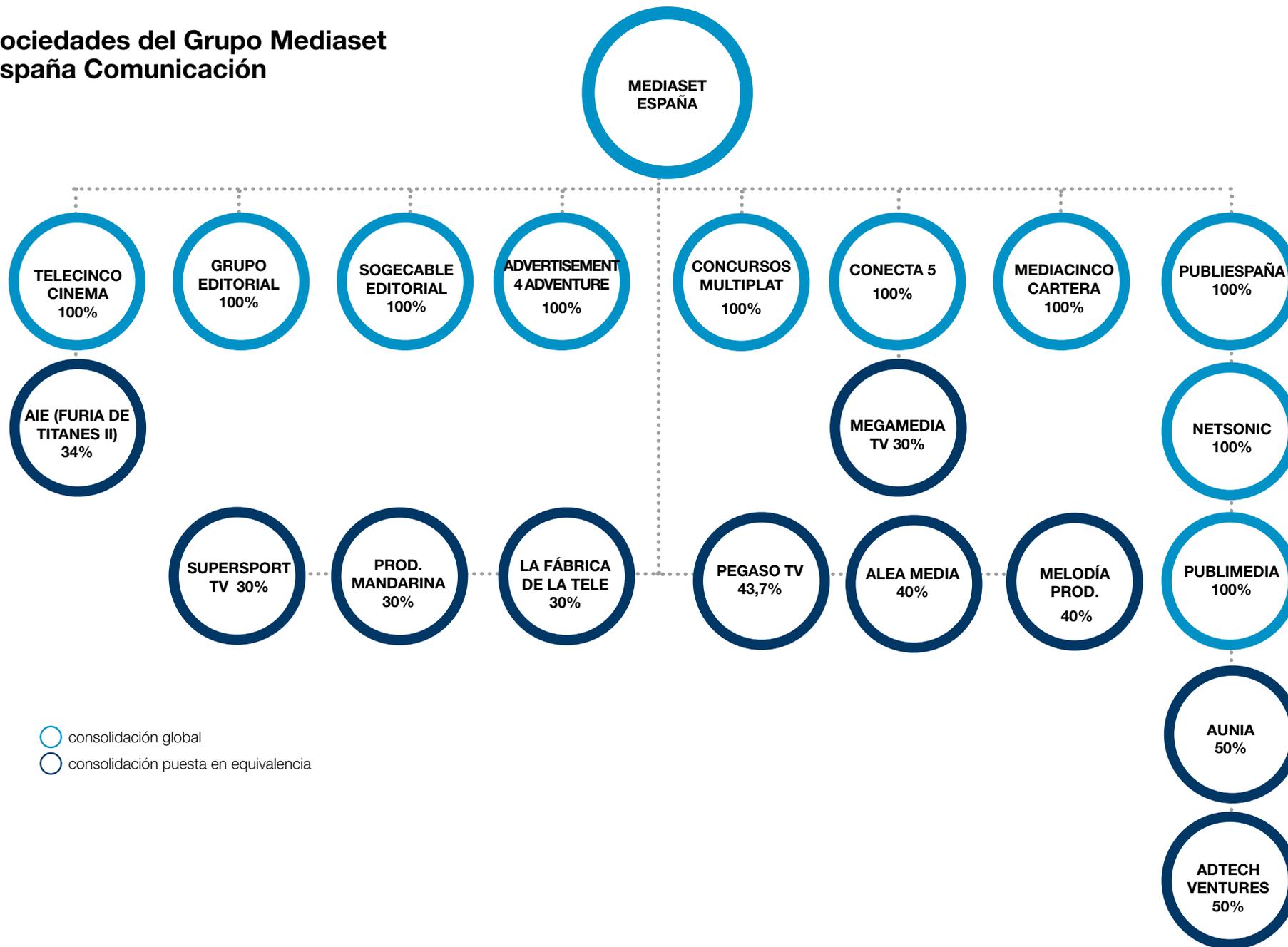
## Sociedades participadas indirectamente, a través de Telecinco Cinema S.A.U

**Furia de Titanes II, A.I.E.**  
Servicios de telecomunicación y participación en la creación, producción, distribución y explotación de obras audiovisuales, de ficción, animación o documentales.

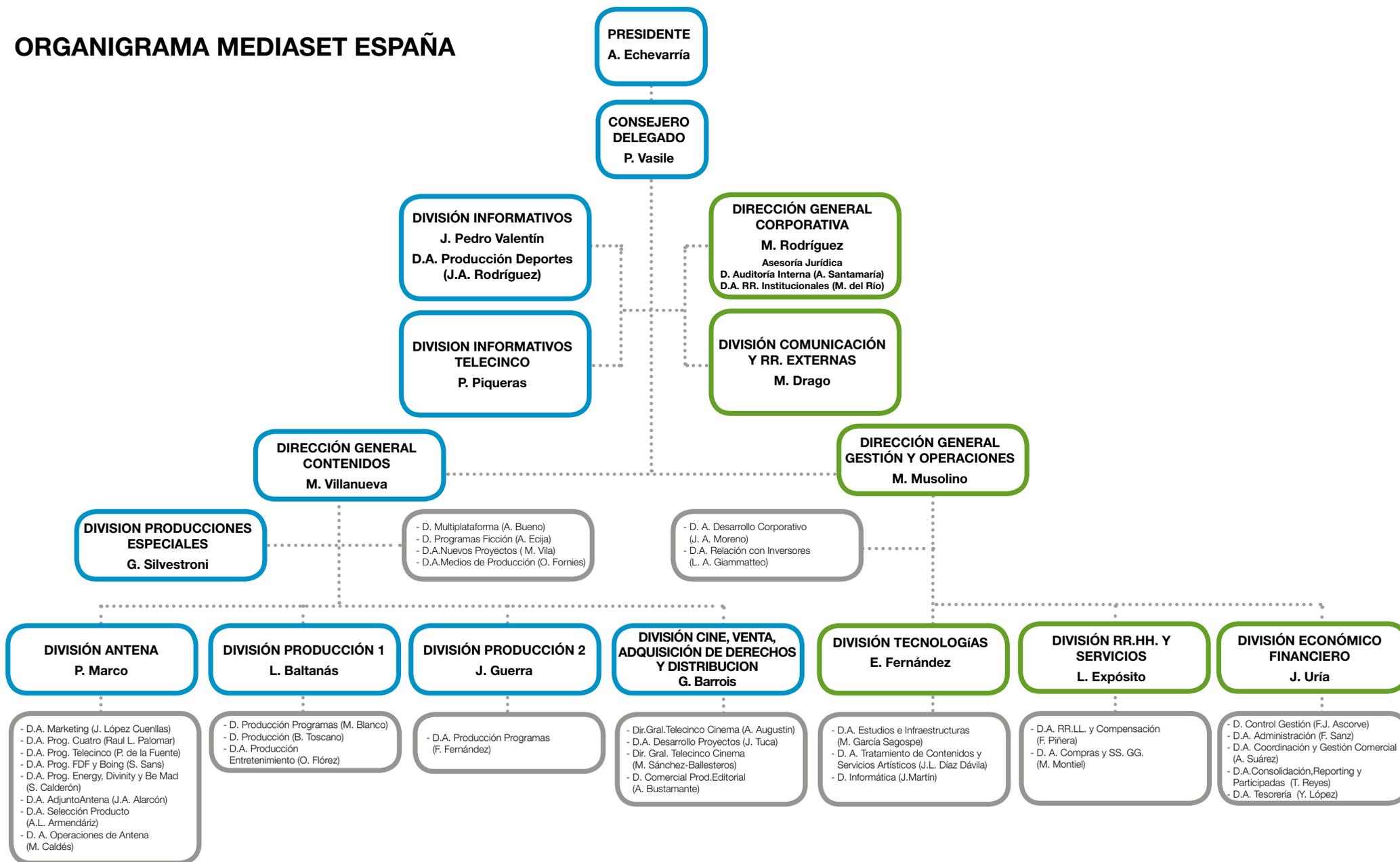
Nota: Ninguna de las anteriores Sociedades cotiza en bolsa. Todas las sociedades antes mencionadas tienen su domicilio constituido en España, excepto Pegaso Televisión Inc., cuyo domicilio se encuentra constituido en Miami, Florida (Estados Unidos) y Adtech Ventures, S.p.A., cuyo domicilio se encuentra constituido en Milán (Italia).

Nota: Las denominaciones sociales de las compañías son las siguientes: Mediaset España Comunicación S.A. (en adelante, Mediaset España o la compañía); Grupo Editorial Tele5, S.A.U (en adelante, Grupo Editorial); Telecinco Cinema, S.A.U. (en adelante, Telecinco Cinema); Mediacinco Cartera S.L.U. (en adelante Mediacinco Cartera); Conecta 5 Telecinco, S.A.U. (en adelante Conecta 5); Publiespaña, S.A.U. (en adelante Publiespaña); Publimedia Gestión S.A.U. (en adelante Publimedia Gestión); Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (en adelante Advertisement 4 Adventure); Sogecable Editorial, S.A.U. (en adelante Sogecable Editorial); Netsonic, S.L. (en adelante Netsonic) y Concursos Multiplataformas, S.A.U (en adelante Concursos Multiplataformas).

## Sociedades del Grupo Mediaset España Comunicación



# ORGANIGRAMA MEDIASET ESPAÑA

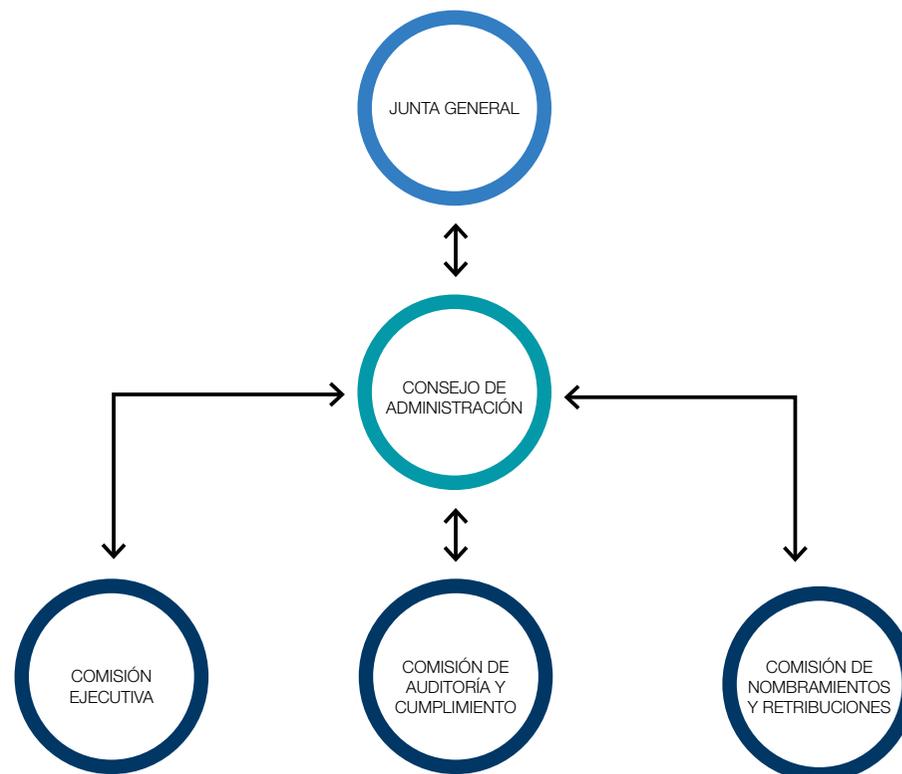


# SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

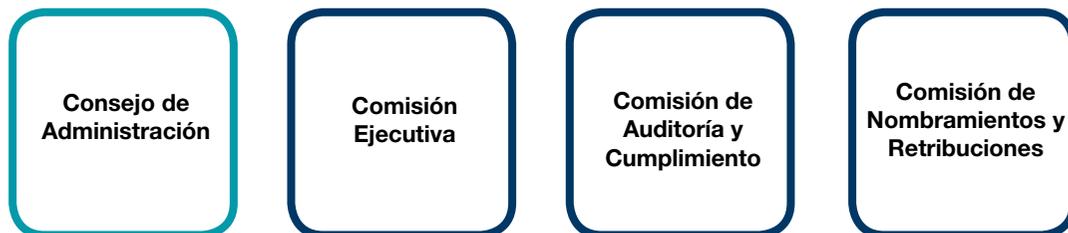
EL SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO SE ARTICULA EN TORNO A POLÍTICAS, REGLAMENTOS Y PROCEDIMIENTOS QUE CONTEMPLAN LOS MÁS ELEVADOS ESTÁNDARES DE TRANSPARENCIA Y LAS BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE GOBIERNO CORPORATIVO.

El sistema de Gobierno Corporativo de Mediaset España constituye el marco que rige y garantiza la correcta gestión de la compañía y está orientado a la creación de valor para sus grupos de interés, tanto internos como externos. Dicho sistema se articula en torno a políticas, reglamentos y procedimientos que contemplan los más elevados estándares de transparencia y las buenas prácticas en materia de Gobierno Corporativo.

- La **Junta General** se rige por lo dispuesto en la Ley, en los Estatutos Sociales de la compañía y en su Reglamento, aprobado por Mediaset España. Como órgano soberano de la compañía, la Junta representa a la totalidad de los accionistas y decide por mayoría en los asuntos propios de su competencia, donde la asistencia a la misma queda garantizada por la tenencia de una acción de la compañía.
- El **Consejo de Administración**, salvo en las materias reservadas a la competencia de la Junta General, es el máximo órgano de gestión. De esta forma, el Consejo dispone de todas las competencias necesarias para administrar la compañía; no obstante, la política del Consejo es delegar la gestión ordinaria de la misma en los órganos delegados y en el equipo de dirección, para concentrar su actividad en la determinación de la estrategia general de Mediaset España y en su función general de supervisión.
- Las **Comisiones de Auditoría y Cumplimiento** así como la de **Nombramientos y Retribuciones** se regulan por lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración así como en sus respectivos reglamentos.



## Órganos de gobierno



## Modelo de buen gobierno

### Accionistas

Los accionistas son el eje principal sobre el que se asienta la gestión del buen gobierno de la compañía. El refuerzo de la transparencia, el reconocimiento de sus derechos o la protección de sus intereses fundamentan las normas de buen gobierno de la compañía.

Una acción un voto

Fraccionamiento del voto

Retribución de los consejeros votación anual vinculante. Voto favorable del 72,08% de los accionistas.

Votación separada de puntos sustancialmente independientes

Justificación de las propuestas de nombramiento y reelección de consejeros.

51,04% accionistas presentes en la Junta General Ordinaria 2017

Políticas accesibles en la web

Comunicación continua a través del área de Inversores

Foro electrónico

### Consejo de Administración

Máximo órgano de gestión que tiene delegadas amplias facultades de decisión en las materias más relevantes para la compañía; por este motivo, tanto en su composición como en su funcionamiento es primordial para Mediaset España incorporar las medidas de buen gobierno en su normativa.

Presidente no ejecutivo; 23% Consejeros ejecutivos; 33% de consejeros independientes

Número inferior a 15; 85 años límite de edad

Comisiones presididas por consejeros independientes

Compromiso de no financiación de partidos políticos

Gestión fiscal con exclusión de paraísos fiscales

Revisión externa de los Informes de Gobierno Corporativo y Remuneraciones

Evaluación anual de los consejeros y de las Comisiones

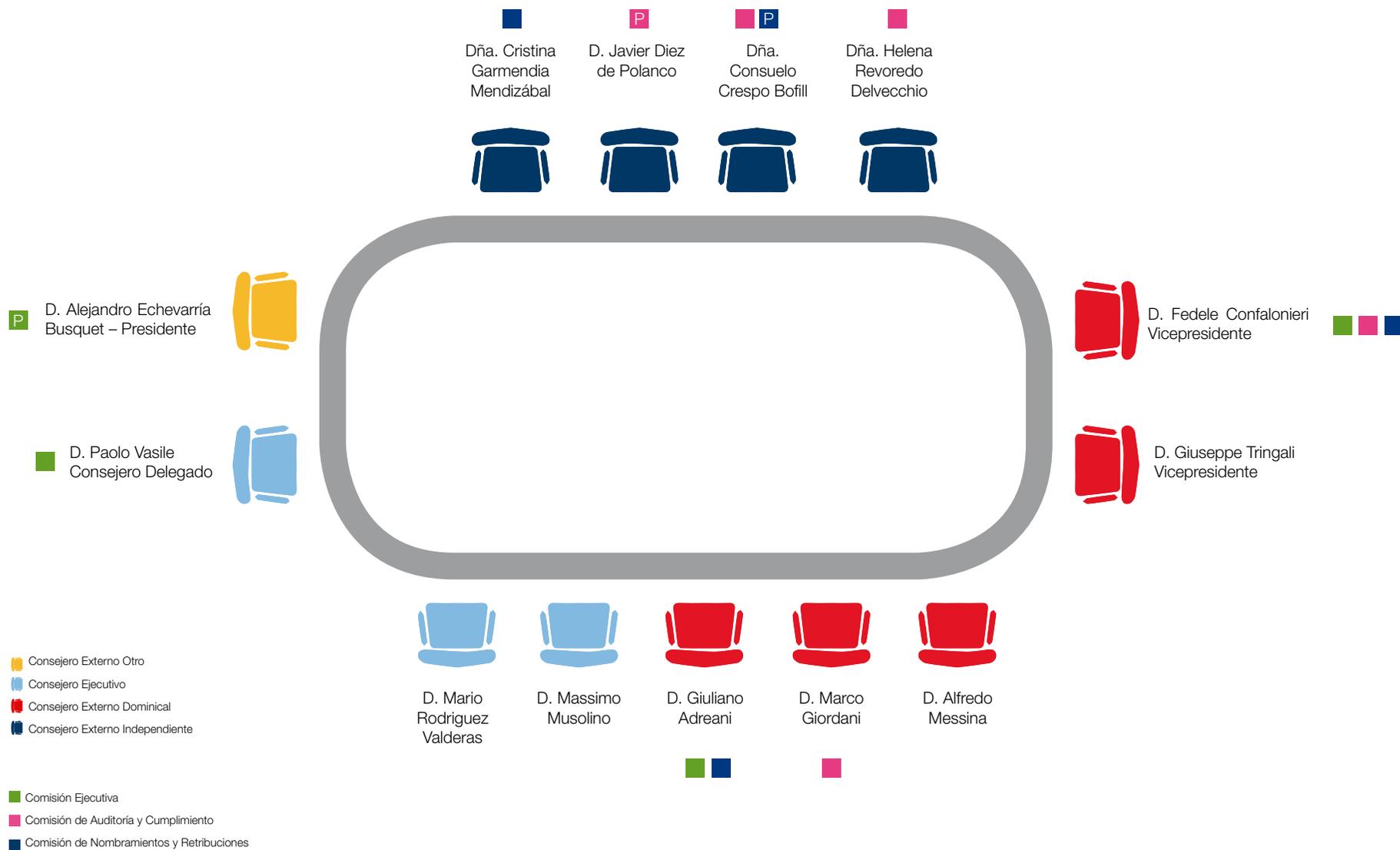
Limitación de la participación de los consejeros en otros Consejos de Administración.

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

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

## Composición del Consejo de Administración



## EL SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO SE ARTICULA EN TORNO A POLÍTICAS, REGLAMENTOS Y PROCEDIMIENTOS QUE CONTEMPLAN LOS MÁS ELEVADOS ESTÁNDARES DE TRANSPARENCIA Y LAS BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE GOBIERNO CORPORATIVO.

2017 ha sido un año en el que Mediaset España, además de seguir consolidando la aplicación de su robusto sistema de buen gobierno, ha avanzado de forma significativa en materia de diversidad.

En línea con las últimas recomendaciones de gobierno corporativo, la compañía ha tenido siempre, entre sus principales objetivos, el aumentar de forma progresiva el número de consejeras en los órganos de gobierno. Siguiendo con esta línea y dado que tres de los consejeros independientes debían renunciar a sus cargos por haber superado el plazo recomendado de 12 años, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones buscó deliberadamente entre los potenciales candidatos, mujeres que reunieran los perfiles buscados por la compañía. Así, la Comisión propuso al Consejo de Administración el nombramiento de Doña Consuelo Crespo y Doña Cristina Garmendia como nuevas consejeras, habiendo sido aprobados sus nombramientos por cooptación a finales de ejercicio 2017.

Este avance en la representación femenina en los órganos de gobierno es el resultado de la aplicación de la política de diversidad y de selección de consejeros aplicada por la compañía. Una política de diversidad aprobada por el Consejo de Administración, cuyos principios de actuación son, entre otros, los siguientes:

- Cumplir con legislación vigente en materia de diversidad así como con las mejores prácticas de gobierno corporativo en esta materia, adoptando las normas y directrices nacionales e internacionales en esta materia.
- Promover 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 del equipo humano de la Compañía.
- Fomentar la implementación de estrategias corporativas que permitan la formación del talento femenino promoviendo el desarrollo de actividades dirigidas a su desarrollo.
- Revisar periódicamente las actividades desarrolladas, con el fin de tener identificadas las potenciales debilidades y puntos de mejora, a efectos de prevenir y mitigar su impacto.
- Utilizar los medios audiovisuales del Grupo Mediaset España para concienciar y sensibilizar a la audiencia sobre la importancia del respeto y cumplimiento de la diversidad.
- Extender a la cadena de proveedores el compromiso de respeto y promoción de la diversidad.

### Número de consejeras

Consejo de Administración

2017  
**23%**  
(2016: 7,7%)

**La presencia de consejeras ha aumentado de un 7,70% a un 23,08% en el 2017 y también lo ha hecho en las comisiones de gobierno de la sociedad, tanto en la de Auditoría y Cumplimiento como en la de Nombramientos y Retribuciones.**

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

2017  
**2 → 40%**  
(2016: 0)

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

2017  
**2 → 50%**  
(2016: 0)

Durante el ejercicio 2017 se ha llevado a cabo una revisión del Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y del Reglamento de Nombramientos y Retribuciones, para adaptarlas a las mejores prácticas en materia de buen gobierno.

Con relación al Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, las últimas modificaciones han tenido como finalidad incorporar las previsiones básicas incluidas en la Guía Técnica 3/2017 de la CNMV sobre las Comisiones de Auditoría y Cumplimiento, en coordinación con la propuesta de modificación del artículo 21 del Reglamento del Consejo así como con las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno que Mediaset España viene cumpliendo. Las modificaciones han sido numerosas, aunque, desde un punto de vista sustantivo, no introducen ninguna novedad que no fuera ya desempeñada por la propia Comisión

en el desarrollo de su normal actividad. Estos cambios afectan a los siguientes artículos: el Artículo 3, sobre la composición cualitativa de la Comisión; el artículo 4, sobre la asistencia del auditor interno y, según en qué casos, del auditor externo a las reuniones de la Comisión, así como la necesidad de aprobar de forma preliminar un plan anual de trabajo; el artículo 5.1, sobre la necesidad de definir un proceso de selección del auditor externo, supervisión de dicho proceso y evaluación anual de la actuación e independencia de éste en el desempeño de su trabajo; el artículo 5.2, en relación con la supervisión de la información financiera; 5.3, con respecto al Sistema de Control Interno de dicha información; 5.5, en relación con la supervisión de la gestión y del control de los riesgos; 5.7, sobre transparencia y normas de gobierno corporativo, revisión

de la política de responsabilidad corporativa, evaluación de riesgos no financieros, y coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad; y el artículo 7, sobre medios y recursos de la Comisión.

La modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha tenido como finalidad introducir referencias a la política de diversidad.

También, destaca el proceso de evaluación de los integrantes del Consejo llevado a cabo durante el ejercicio 2017 por un consultor externo, cumpliendo así con las recomendaciones de buen gobierno corporativo.

## Principales temas abordados por el Consejo de Administración en 2017

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	Supervisión de 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 2018
Establecimiento de objetivos estratégicos para el ejercicio 2018	Definición de los objetivos estratégicos sobre los que se establece el Mapa de Riesgos de la compañía.
Remuneración de los consejeros	Aplicación de los principios de equilibrio y moderación a la remuneración del Presidente, Consejero Delegado y vocales.
Análisis de la situación política y modificaciones legislativas.	Definición de las actuaciones internas de cara a diferentes escenarios políticos y/o legislativos.
Supervisión de la actividad de las diferentes áreas de la compañía.	Supervisión del cumplimiento de las normas internas
Impulso del Buen Gobierno y de la Responsabilidad Corporativa	Revisión de las normas de gobierno de la compañía. Aprobación de la Política de Diversidad.

## Regulación de la remuneración de los miembros del Consejo de Administración

La política de remuneraciones de los consejeros de la compañía viene regulada en los artículos 37 y 56 de los Estatutos Sociales y 28 del Reglamento del Consejo de Administración de la compañía. En dichos preceptos se establecen cuáles son los órganos competentes para la aprobación o modificación de la política de remuneraciones, los principios en los que se basa, su estructura y finalidad. La normativa está disponible en nuestra página web e invitamos a su lectura ya que la misma ayudará a entender mejor la estructura de la política de remuneraciones de Mediaset España que detallamos en el presente Informe.



## Proceso de determinación de la remuneración

COMISIÓN DE  
NOMBRAMIENTOS Y  
RETRIBUCIONES

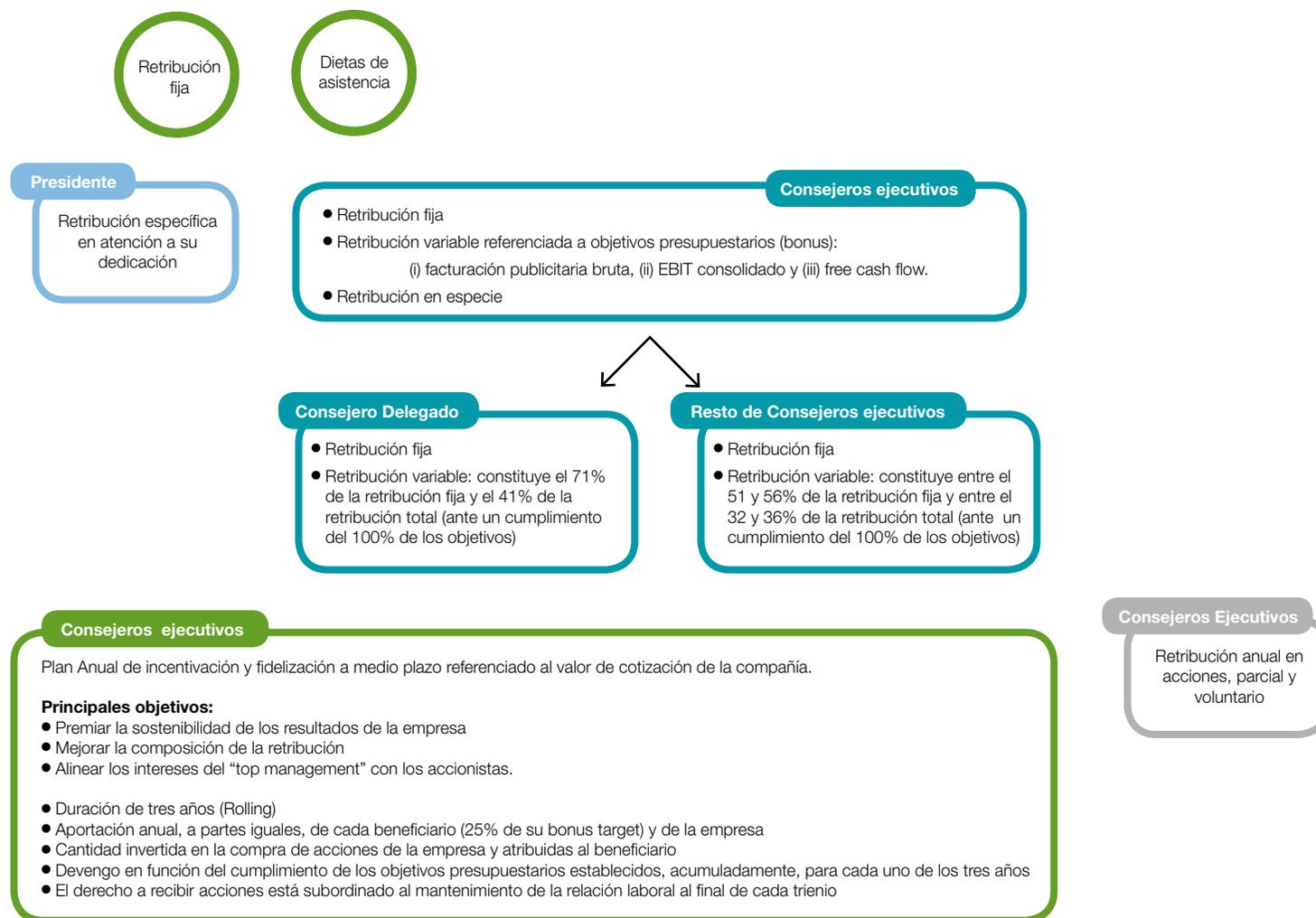
CONSEJO DE  
ADMINISTRACIÓN

INFORME DE  
REMUNERACIONES

REVISIÓN EXTERNA  
DEL INFORME DE  
REMUNERACIONES

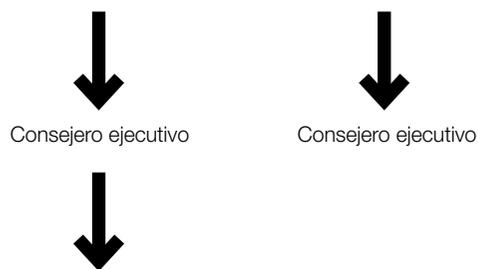
DECISIÓN DE LOS  
ACCIONISTAS: VOTACIÓN  
VINCULANTE EN LA  
JUNTA ORDINARIA  
APROBADO POR  
EL 72,08% DE LOS  
ACCIONISTAS.

## Composición de la remuneración de los consejeros



## Cláusulas de blindaje de los consejeros ejecutivos

En el supuesto que se produjera cualquier cambio en la actual titularidad/control (directa o indirecta) de la Empresa, y para los casos de despido improcedente, despido colectivo, u objetivo, extinción por parte del Consejero ejecutivo por las causas previstas en los artículos 39, 40, 41, y 50 del Estatuto de los Trabajadores, percibirán dos anualidades equivalentes a su retribución bruta.”



a) Extinción por baja voluntaria. Devengo por año: salario fijo y variable anual dividido entre 13,5, siendo la compensación total la suma de las cantidades correspondientes a los años de trabajo.

b) Despido procedente o improcedente.: indemnización legal más indemnización del punto a) anterior.

## Remuneración de los consejeros en el 2017

Nombre	Retribución devengada en la Sociedad			Retribución devengada en sociedades del grupo				Totales			
	Total Retribución metálico	Importe de las acciones otorgadas	Beneficio bruto de las opciones ejercitadas	Total ejercicio 2017 sociedad	Total Retribución metálico	Importe de las acciones entregadas	Beneficio bruto de las opciones ejercitadas	Total ejercicio 2017 sociedad	Total ejercicio 2017	Total ejercicio 2016	Aportación al sistema de ahorro durante el ejercicio
Alejandro Echevarría Busquet	1.002	0	0	1.002	0	0	0	0	1.002	1.024	0
Paolo Vasile	1.709	0	0	1.709	0	0	0	0	1.709	2.078	0
Fedele Confalonieri	139	0	0	139	0	0	0	0	139	139	0
Giuseppe Tringali	103	0	0	103	0	0	0	0	103	99	0
Massimo Musolino	871	0	0	871	0	0	0	0	871	994	0
Mario Rodríguez Valderas	660	0	0	660	0	0	0	0	660	790	0
Alfredo Messina	107	0	0	107	0	0	0	0	107	107	0
Marco Giordani	123	0	0	123	0	0	0	0	123	123	0
Giuliano Adreani	139	0	0	139	0	0	0	0	139	139	0
Helena Revoredo Delvechio	99	0	0	99	0	0	0	0	99	95	0
Consuelo Crespo Bofill	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cristina Garmendia Mendizábal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Javier Diez de Polanco	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ángel Duráñez Adeva	139	0	0	139	0	0	0	0	139	139	0
Borja Prado Eulate	115	0	0	115	0	0	0	0	115	111	0
José Ramón Álvarez Rendueles	147	0	0	147	0	0	0	0	147	143	0
<b>TOTAL</b>	<b>5.353</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.353</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.353</b>	<b>5.977</b>	<b>0</b>

En miles de euros

LA COMPAÑÍA TIENE IMPLANTADOS VARIOS PROCEDIMIENTOS QUE MITIGAN EL RIESGO DE EXISTENCIA DE CONFLICTOS DE INTERÉS.

## Regulación de los posibles conflictos de interés

Tanto el Código Ético como el Reglamento Interno de Conducta en el Mercado de Valores del Grupo regula los conflictos de interés, concepto que hace referencia a toda situación en la que colisionen –o pudieran colisionar–, de forma directa o indirecta, el interés de Mediaset España o de las sociedades integradas, por un lado, y el interés particular de la persona sujeta al cumplimiento de dicho Código, por otro.

Por otra parte, la compañía tiene implantados varios procedimientos que mitigan el riesgo de existencia de conflictos de interés; procedimientos de control que estimulan la transparencia y el buen hacer, que se encuentran disponibles en la intranet del Grupo, a disposición de todo su personal.

Además, el Reglamento del Consejo tiene establecidos diversos mecanismos de gestión 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.

## Normas de Gobierno Corporativo

- Estatutos Sociales
- Reglamento de la Junta General de Accionistas
- Reglamento del Consejo de Administración
- Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento
- Reglamento de la Comisión de Retribuciones y Nombramientos
- Reglamento Interno de Conducta de Mediaset España Comunicación, S.A. en el Mercado de Valores
- Código Ético
- Política de Autocarera
- Política de Dividendos
- Política de Selección de Consejeros
- Política Fiscal
- Política de Responsabilidad Corporativa
- Política Medioambiental
- Política de Diversidad

## Estructura de la propiedad. Capital social

Fecha de última modificación	Capital social (€)	Número de acciones	Número de derechos de voto
13/04/2016	168.358.745	336.717.490	336.717.490

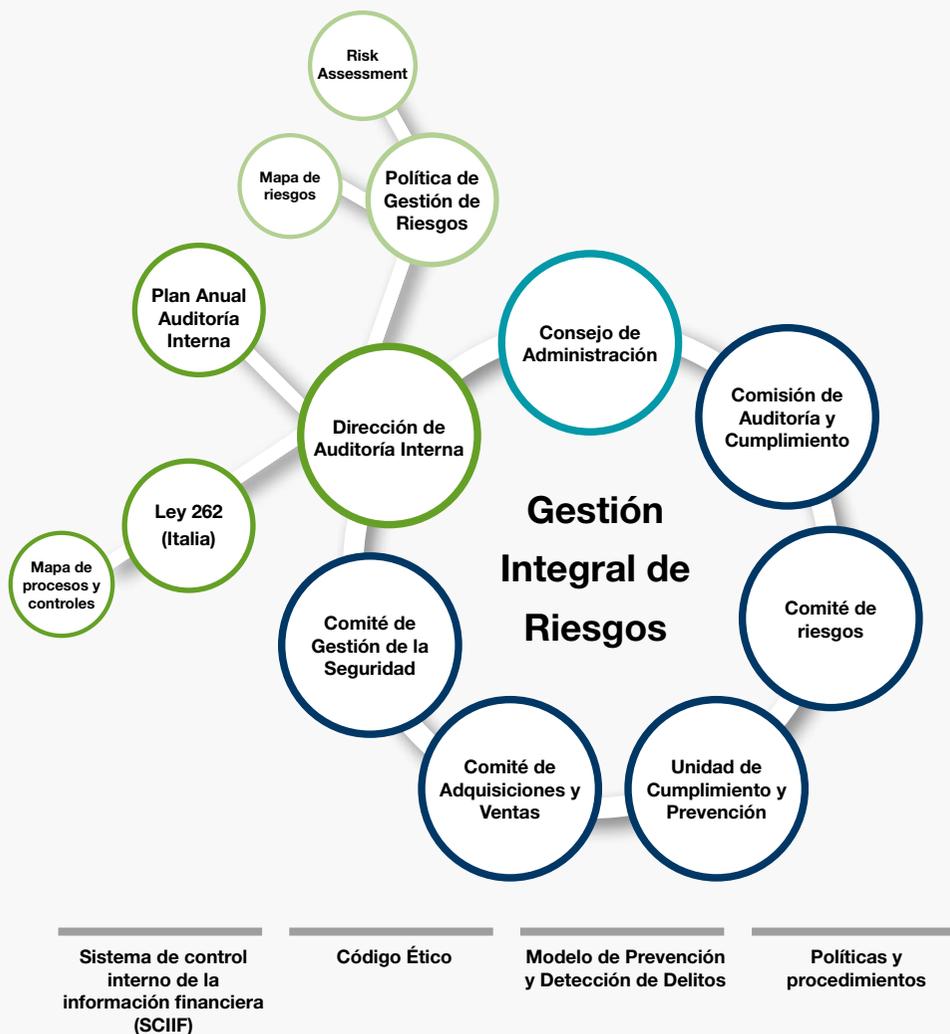
## Titulares directos e indirectos de participaciones significativas, excluidos los Consejeros

Nombre o denominación social del accionista	A través de	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	% sobre el total de derechos de voto
Don Silvio Berlusconi	Mediaset Spa.	0	169.058.846	50,208
Blackrock Inc.	No identificado	0	12.884.271	3,83
Invesco Limited	No identificado	0	6.691.901	1,99



Toda la información sobre Gobierno Corporativo se encuentra disponible en <https://www.mediaset.es/inversores/es/gobierno-corporativo.html>

# SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS



El Sistema de Gestión de Riesgos implantado en el año 2007, basado en COSO II y periódicamente actualizado desde entonces, permite garantizar una gestión de riesgos integral y equilibrada y tiene como finalidad la identificación, control y gestión de los riesgos relevantes que puedan afectar al cumplimiento de los objetivos definidos.

**Consejo de Administración**  
Máximo órgano de gobierno de Mediaset España. Entre otros cometidos, tiene el de identificar los principales riesgos del Grupo, implantar y efectuar un seguimiento de los sistemas de información y de control interno implantados, con el objetivo de adoptar las medidas oportunas para garantizar razonablemente un efectivo sistema de control interno y el desarrollo de su mejora.

**Comisión de Auditoría y Cumplimiento**  
Órgano delegado del Consejo de Administración. Tiene las funciones de conocer, comprobar y supervisar la adecuación e integridad del proceso de elaboración de la información financiera, del control interno y de los sistemas de gestión de riesgos, debiendo garantizar el cumplimiento de la Política de Riesgos, entre otras responsabilidades.

**Unidad de Cumplimiento y Prevención**  
Dependiente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, formada por el Dir. Gral. Corporativo y los Directores Generales de Gestión y Operaciones, de Contenidos y de Publiespaña. Entre sus cometidos tiene el de velar por la aplicación del Código Ético por parte de las distintas sociedades del Grupo y evaluar su grado de cumplimiento, velar por el cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta, gestionar el canal de denuncias e investigaciones internas, o establecer y actualizar los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas.

**Comité de Riesgos**  
Dependiente de la Comisión de Auditoría, formado por el Dir. Gral. Corporativo y los Directores Generales de Gestión y Operaciones, de Contenidos y el de Publiespaña. 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.

**Comité de Adquisiciones y Ventas**  
Formado por el Consejero Delegado y los Dir.Grales. de Contenidos, Gestión y Operaciones y Nuevos Productos Comerciales y con el apoyo del Dir. de Control de Gestión y de la Unidad de Derechos Audiovisuales de Asesoría Jurídica. Tiene el cometido de analizar la información económico-financiera de cualquier necesidad de 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**  
Integrado por representantes de la División de Tecnologías, la Dir. de Auditoría Interna, Asesoría Jurídica, el Responsable de Seguridad Informática, el Responsable de Seguridad Física y el Responsable de Fichero, junto con representantes cualificados de las áreas usuarias. 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.

EL GRUPO  
MEDIASET ESPAÑA  
CUENTA CON UN  
SÓLIDO SISTEMA  
DE CONTROL  
INTERNO QUE  
VELA POR EL BUEN  
DESEMPEÑO DE  
LAS ACTIVIDADES  
DEL NEGOCIO Y  
LA ADECUADA  
GESTIÓN DE  
LOS RIESGOS  
INHERENTES AL  
MISMO.

A través de la Política de Gestión Integral de Riesgos se establecen las directrices para la identificación, evaluación de los riesgos, así como las respuestas a los mismos y 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 tal que se identifican todos 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.

Por otra parte, Mediaset España tiene implantados los procedimientos necesarios para cumplir con la Ley italiana 262/05, en cuanto a procesos y controles relacionados con la información contable. En la misma línea, el Grupo tiene implantado un Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF) que le permite garantizar la fiabilidad de la información financiera publicada tanto por las empresas del Grupo de forma individual como de forma consolidada, así como el cumplimiento de los requisitos normativos y la corrección de posibles deficiencias observadas, minimizando los riesgos asociados al reflejo de las operaciones en los estados financieros del Grupo.

Con periodicidad anual, todo el personal que se encuentra 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. Durante 2017, este colectivo de personas ha recibido 574 horas de formación correspondiente a normativa contable, fiscal y financiera.

## Política de Gestión Integral de Riesgos



## Mapa de Riesgos



EL GRUPO TIENE DISEÑADO UN MODELO DE PREVENCIÓN Y DETENCIÓN DE DELITOS CUYA EFICACIA SE BASA, PRINCIPALMENTE, EN LA IMPLANTACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO, LA DEFINICIÓN DE UN REGLAMENTO INTERNO DE CONDUCTA, LA PUESTA A DISPOSICIÓN DE UN CANAL DE DENUNCIAS Y LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN, EN DEPENDENCIA DE LA COMISIÓN DE AUDITORÍA.

## Unidad de Cumplimiento y Prevención

- Definición y actualización del mapa de riesgos penales.
- Establecimiento y actualización de los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas.
- Gestión del canal de denuncias e investigaciones internas.
- Velar por y coordinar la aplicación del código ético por parte de las distintas sociedades del Grupo.
- Evaluar anualmente el grado de cumplimiento del Código Ético

## Políticas y procedimientos de Gestión de Riesgos

- Código ético
- Política de seguridad corporativa.
- Política de gestión integral de riesgos.
- Reglamento interno de conducta en el mercado de valores.
- Manual de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.
- Procedimiento de adquisición de bienes y servicios.
- Procedimiento de compra de derechos.
- Procedimiento de conexiones de terceros a la red informática de mediaset
- Procedimiento de continuidad de la emisión.
- Procedimiento de control mobiliario y material diverso.
- Procedimiento de devolución activos.
- Procedimiento de entrega y aceptación de regalos.
- Procedimiento de firma de contratos.
- Procedimiento de funcionamiento del comité de adquisiciones y ventas.
- Procedimiento de gestión de apoderamientos.
- Procedimiento de gestión de bienes.
- Procedimiento de gestión de clientes.
- Procedimiento de gestión de intercambios publicitarios.
- Procedimiento de provisiones de fondos.
- Procedimiento de solicitud de acceso remoto.
- Procedimiento de solicitud de material para el puesto de trabajo.
- Procedimiento de uso del correo electrónico e internet.
- Procedimiento de utilización y gestión del canal de denuncias corporativo.
- Procedimiento de viajes y gastos de desplazamiento.
- Procedimiento para el control de datos personales almacenados en ficheros no automatizados.
- Procedimiento para el uso de dispositivos móviles.
- Procedimiento para la contratación en entornos cloud.
- Procedimiento para regular la venta de derechos audiovisuales.
- Procedimiento de homologación de proveedores.
- Procedimiento de acceso a la información de reporting.
- Procedimiento de incidencias y reclamaciones a clientes.



**LAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO APLICAN A TODOS LOS ÁMBITOS DE LAS RELACIONES PROFESIONALES, RIGIENDO, ENTRE OTRAS, LAS RELACIONES CONTRACTUALES, COMERCIALES O DE NEGOCIO DE MEDIASET ESPAÑA CON SUS PROVEEDORES Y CLIENTES.**

## Código Ético

El Grupo Mediaset España cuenta con un Código Ético que establece los principios y valores fundamentales por los que se rige la compañía y al que se encuentran sujetos todos los empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración, así como las sociedades dependientes. De esta forma, las disposiciones del Código aplican a todos los ámbitos de las relaciones profesionales, rigiendo, entre otras, las relaciones contractuales, comerciales o de negocio de Mediaset España con sus proveedores y clientes. Asimismo, quedan sujetos a su cumplimiento todas aquellas personas, físicas o jurídicas, que mantengan cualquier tipo de relación con Mediaset España en el desempeño de sus actividades profesionales o empresariales, como puedan ser auditores externos, consultores, asesores, proveedores, anunciantes, centrales de medios, productoras externas, organismos, instituciones, etc.

El documento, aprobado por el Consejo de Administración, se encuentra disponible tanto en la web corporativa como en la intranet de la compañía y ha sido ratificado tanto por los empleados como por los directivos, quienes han confirmado su conocimiento y el hecho de estar sujetos a sus disposiciones.

El control del cumplimiento del Código Ético corresponde a la Dirección de Auditoría Interna y a la Dirección de Recursos Humanos. Asimismo, la Unidad de Cumplimiento y Prevención, en dependencia de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, integrada por el Director General Corporativo de Mediaset España, el Director General de Gestión y Operaciones y el Director General de Contenidos y el Director General de Publiespaña, es la encargada de asegurar el cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta y, entre sus funciones, se encuentra la de comunicar cualquier incumplimiento del mismo a la Dirección de Recursos Humanos, que tomará las medidas disciplinarias oportunas según el caso.

## Principios fundamentales del código ético

- Integridad, responsabilidad y transparencia de la información financiera
- Derecho a la igualdad y no discriminación
- Derecho a la salud, seguridad en el trabajo y protección al medio ambiente
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones vigentes

## Principales apartados del Código Ético

- Cumplimiento legal y regulatorio
- Conflicto de interés
- Confidencialidad e información confidencial
- Información privilegiada
- Integridad, responsabilidad y transparencia de la información financiera
- Igualdad y no discriminación
- Salud, seguridad en el trabajo y protección del medio ambiente
- Propiedad intelectual e industrial
- Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo
- Libertad de expresión e independencia periodística
- Relaciones comerciales y con la competencia
- Privacidad y protección de datos
- Defensa de la competencia
- Deber de comunicación y Canal de Denuncias
- Gestión de las violaciones del Código Ético

## MEDIASET ESPAÑA CUENTA CON UN SISTEMA DE ALERTAS DE GESTIÓN Y FRAUDE INSTALADO CON EL FIN DE PREVENIR PRÁCTICAS IRREGULARES O INDICIOS DE OPERACIONES SOSPECHOSAS.

Con el objetivo de asegurar la efectiva aplicación del Código Ético y de los diversos procedimientos que lo desarrollan e implementan, la compañía complementa y refuerza su marco preventivo con una serie de procesos de control que permiten identificar áreas de mejora, así como detectar posibles incumplimientos, de cara a tomar las medidas correctivas oportunas.

Las actividades de control en cuanto a la aplicación efectiva de los procedimientos y códigos correspondientes, y ante cualquier situación de posible irregularidad, fraude o corrupción, así como cualquier incumplimiento del Código, son llevadas a cabo por la Dirección de Auditoría Interna, quien deberá elevar el caso a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

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, puede trasladar estas inquietudes o actitudes la directamente a la Dirección de Auditoría Interna, o bien comunicarlas a través del Canal de Denuncias, disponible en la intranet corporativa y que también gestiona la Dirección. Las denuncias deberán plantearse de forma individual y personal.

La Dirección de Auditoría Interna es la encargada de analizar la información recibida y valorar su veracidad y credibilidad, elevando las que estime fundadas a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento para su valoración final. Por su parte, tiene la obligación de garantizar y asegurar adecuadamente la correcta y completa protección de la privacidad y confidencialidad de la información comunicada y las personas implicadas. Asimismo, debe valorar si puede iniciar la investigación sobre la información recibida, o remite la misma a la Unidad de Cumplimiento y Prevención. En caso de llevar a cabo la investigación, la Dirección comunicará las conclusiones de la misma a la Unidad de Cumplimiento y Prevención, quien deberá aprobar dicho informe. Durante 2017 no se ha recibido ninguna denuncia a través del Canal de Denuncias.

En 2017, el Canal de Denuncias fue mejorado incorporando un módulo en la intranet corporativa donde el empleado accede al mismo directamente y cumplimenta su denuncia, la cual queda a disposición de Auditoría Interna, garantizándose en todo momento la confidencialidad del denunciante. También se ha implementado un pop-up que recuerda cada 6 meses a todos los empleados y colaboradores que trabajan en el entorno de Mediaset España, que tienen a su disposición una canal de denuncias.



Paralelamente, Mediaset España cuenta con un sistema de alertas de gestión y fraude instalado con el fin de prevenir prácticas irregulares o detectar indicios de operaciones sospechosas, que cuenta con 41 indicadores clave sobre los principales procesos del Grupo relacionados con ingresos, gastos y sistemas informáticos. Estos indicadores clave tienen una monitorización diaria mediante controles automatizados de la información registrada en las principales aplicaciones que soportan los procesos monitorizados.

Los conflictos de interés se encuentran regulados tanto por el Código Ético como por el Reglamento Interno de Conducta del Grupo. De esta forma, se establecen criterios y normas de actuación claros que pretenden evitar situaciones que generen dudas en torno a los intereses que motivan las actuaciones de cualquier persona que forma parte de la compañía, con el fin último de asegurar la integridad en la creación de contenido y su divulgación.



A su vez, la compañía tiene implantados varios procedimientos que mitigan el riesgo de existencia de conflictos de interés y estimulan la transparencia y el buen hacer, tales como el Procedimiento del Comité de adquisiciones y ventas, el Procedimiento de adquisiciones de bienes y servicios, el Procedimiento de firma de contratos o el Procedimiento de gestión de apoderamientos.

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. Dicho Comité está compuesto por el CEO, el Director General de Gestión y Operaciones y el Director General de Contenidos, que asegura y comprueba que el tercero al que se le realiza el encargo no tiene un conflicto de interés con la compañía. En el caso de cualquier operación de compra/venta de contenido con un accionista o empresa participada de Mediaset España, dicha operación debe ser previamente autorizada por dicho Comité o por el Consejo de Administración, si fuera necesario.

Además, se encuentran establecidos diversos mecanismos para detectar y resolver posibles conflictos de interés entre la sociedad y sus Consejeros, con el fin de evitar conductas que puedan causar un perjuicio a la sociedad o a sus accionistas. 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 (familiares del mismo, en caso de ser persona física, o socios o administradores, entre otros, en caso de ser el consejero persona jurídica). 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.

## Controles del grupo para mitigar los riesgos de corrupción y soborno

DE ACUERDO AL PROTOCOLO DE DETECCIÓN Y PREVENCIÓN DE DELITOS DE MEDIASET ESPAÑA, EXISTEN UNA SERIE DE CONTROLES QUE EL GRUPO TIENE INSTAURADOS PARA MITIGAR LOS RIESGOS DE CORRUPCIÓN Y SOBORNO EN SU ACTIVIDAD.

EN 2017, LA UNIDAD DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN HA ENCARGADO A UN CONSULTOR EXTERNO LA REVISIÓN DE LA EFECTIVIDAD DE SU MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS, TAREA QUE CONCLUIRÁ EN 2018.

- **Inclusión en el Código Ético de un apartado referente a la prohibición de toda práctica de corrupción.** Durante el ejercicio 2017, se ha actualizado el Código Ético y los empleados han realizado una aceptación expresa del mismo.
- **Procedimiento de compras y adquisiciones,** en el que se establece los diferentes niveles de aprobación en función del importe de la compra o adquisición, el flujo de actividades a seguir por las personas autorizadas por área, método de selección de ofertas, gestión de facturas, etc.
- **Protocolo de homologación y evaluación de proveedores,** aplicable tanto para compras generales como para la adquisición de derechos de contenidos, en el que se establecen los criterios a seguir a la hora de analizar la idoneidad de un proveedor y proceder a su homologación, con carácter previo a su selección.
- **Comité de Adquisiciones** en el que en aquellos casos en los que la compra de un bien o servicio supere 20.000 € es necesaria la aprobación previa por parte del mismo.
- **Auditorías internas** relativas al proceso de contratación y compras.
- **Matriz de poderes y política de uso.** El “Procedimiento de Gestión de Apoderamientos” define el proceso para otorgar, modificar y revocar poderes por parte de todas las empresas pertenecientes al Grupo. En su contenido se recogen catorce directrices relativas a la gestión de apoderamientos, con el fin de cumplir con la regulación aplicable (Ley de Sociedades de Capital, Reglamento del Registro Mercantil y Estatutos Sociales).
- **Procedimiento de aceptación y entrega de regalos e invitaciones,** cuyo objetivo principal es definir las líneas de actuación respecto al proceso de entrega y/o aceptación de regalos, obsequios, invitaciones, favores o equivalentes por parte de los empleados, directivos y administradores del Grupo en sus relaciones con terceros vinculadas en su actividad profesional.
- **Procedimientos de Firma de Contratos** en los que se recogen los pasos a seguir para la consecución de la firma de un contrato, haciendo referencia a la necesidad de elaborar la correspondiente “ficha de contrato”, los responsables de revisar y firmar dicha ficha, el proceso de elaboración del contrato y finalmente, la consecución de la correspondiente firma.
- **Procedimiento de dietas y gastos de desplazamiento, revisado en febrero 2015, que define y establece unas normas razonables y comunes que recogen** las particularidades de los distintos gastos en los que pueden incurrir los empleados de Mediaset España en desplazamientos por motivos de trabajo, o en otros actos en representación de la Compañía.
- **Inclusión en los contratos con terceros,** de cláusulas contractuales relativas a prevención de riesgos penales. Se incluye en los contratos que regulan los servicios prestados por empresas externas, una cláusula específica en la que los proveedores afirman conocer la legislación relativa a riesgos penales y por tanto, se obligan a cumplirla.

### Formación en procedimientos anticorrupción 2017

DIRECTIVOS

9

JEFES DEPTO.

20

TÉCNICOS.

42

TOTAL

71

**EN LO QUE RESPECTA A LA SEGURIDAD INFORMÁTICA, EL GRUPO TIENE ESTABLECIDO UN MARCO DE GESTIÓN QUE PARTE DE LA POLÍTICA DE SEGURIDAD CORPORATIVA, QUE CONTEMPLA EL MARCO DE CONTROL NECESARIO PARA EL NUEVO ENTORNO DIGITAL.**

Dentro del Plan Anual de Auditoría, el Departamento de Auditoría Interna lleva a cabo el análisis de los riesgos relacionados con la corrupción de las líneas de actividad que mayor incidencia tienen en el Grupo. En este sentido, en 2017 se han revisado dichos riesgos en todas las unidades de negocio del Grupo.

En particular, en 2017 la Dirección de Auditoría Interna ha efectuado 3 auditorías relativas al proceso de contratación y compras, en las que se han comprobado los procesos de compra de programas de ficción, de entretenimiento y de inversión en digital, las que han resultado favorables. Por otra parte, ha recibido 3 notificaciones de aceptación de regalos que han sido debidamente autorizadas y no conllevaron riesgo de soborno alguno.

Adicionalmente, la Dirección Económico Financiera tiene establecidos controles exhaustivos para verificar todas las operaciones de cobro y pago de sus operaciones de ingresos y costes. Entre otros, cuenta con protocolos de homologación de clientes, procedimientos de catalogación de clientes, de asignación de poderes para pago con firma conjunta, procedimientos de verificación de cumplimiento de obligaciones de terceros.

En lo que respecta a la seguridad informática, el Grupo tiene establecido un marco de gestión que parte de la Política de Seguridad Corporativa, que contempla el marco de control necesario para el nuevo entorno digital. A su vez, cuenta con un Comité de Gestión de la Seguridad encargado garantizar la implantación de la seguridad informática de manera coordinada y centralizada.

Los procesos de control establecidos por la Dirección de Auditoría Interna para revisar la seguridad informática se basan principalmente, por un lado, en la revisión de los diferentes procedimientos definidos dentro de la Política de Seguridad Informática y por otro, en una revisión semestral de los controles establecidos en los sistemas de información. Ambas revisiones son realizadas en colaboración con el Responsable de Seguridad Informática.

En todos los trabajos planificados por la Dirección de Auditoría Interna que supongan la revisión de procesos que tengan como soporte un sistema informático se incluye, dentro del alcance, un apartado específico para revisar la seguridad informática de dicho sistema. A su vez, antes de la puesta en producción de un sistema informático, se lleva a cabo una revisión de seguridad para verificar que los controles definidos inicialmente han sido implementados correctamente.

La compañía también tiene implantadas medidas para minimizar el riesgo de que sus empleados cometan faltas o delitos de agresión en la ejecución de sus obligaciones o servicios. En este sentido, se garantiza que el personal de seguridad subcontratado por Mediaset España ha recibido formación en materia de Derechos Humanos, ya que estos cuentan con la titulación oficial de Vigilante de Seguridad que incluye un módulo formativo en este tema. Mediaset España exige a las empresas de seguridad con quienes trabaja, la habilitación por el Ministerio del Interior y todos los vigilantes cuentan con su Tarjeta de Identidad Profesional (T.I.P.). Por su parte, las faltas o agresiones cometidas en el entorno laboral por cualquier trabajador del Grupo, están debidamente sancionadas por el Régimen Disciplinario de los Convenios Colectivos aplicables.

En el desarrollo normal de su actividad, Mediaset España gestiona la participación de artistas menores de edad en sus programas siguiendo estrictamente los criterios y procedimientos establecidos al respecto por la Consejería de Empleo de la Comunidad de Madrid.

En este sentido, la compañía cuenta con un manual donde se recogen directrices concretas relacionadas con trabajos a realizar con menores, así como el marco legislativo aplicable a las relaciones laborales con éstos, para garantizar el correcto desarrollo de las actividades de menores en televisión, así como que los mismos no vean vulnerados sus derechos a la educación y al disfrute de su tiempo de ocio. El manual se encuentra disponible en la intranet y se entrega a todas las productoras que puedan realizar contrataciones de menores, a efectos de que pongan en práctica las medidas definidas. A su vez, el Código Ético también regula las conductas individuales para evitar actitudes que puedan calificarse como corrupción de menores.

Por otra parte, Mediaset España lleva a cabo una constante revisión de sus actividades y de los escenarios donde trabajan los menores, de cara a garantizar su plena seguridad y el absoluto respeto de sus derechos. Entre otros aspectos, la compañía comprueba la adecuación de las zonas de acceso y estancia de los menores, o el establecimiento de zonas de descanso adaptadas. Asimismo, se comunican las medidas y actuaciones que se han de tomar en caso de emergencia, e igualmente se garantiza la asistencia de los tutores legales a dichas sesiones. Las jornadas de trabajo nunca pueden superar las 8 horas y, a su vez, se coordina la programación de la grabación en la que participen menores con los horarios lectivos de manera que les permita la asistencia regular a clase.

**EN EL DESARROLLO NORMAL DE SU ACTIVIDAD, MEDIASET ESPAÑA GESTIONA LA PARTICIPACIÓN DE ARTISTAS MENORES DE EDAD EN SUS PROGRAMAS SIGUIENDO EstrictAMENTE LOS CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS AL RESPECTO POR LA CONSEJERÍA DE EMPLEO DE LA COMUNIDAD DE MADRID.**



**La gestión de la seguridad informática se encuentra desarrollada en el apartado "Ciberseguridad" de este Informe**



CUALQUIER COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS EN LA COMPAÑÍA ESTÁ REGULADA MEDIANTE LOS PROCEDIMIENTOS DE ADQUISICIONES Y DE FIRMA DE CONTRATOS, Y ES LA DIRECCIÓN DE COMPRAS Y SERVICIOS GENERALES LA ENCARGADA DE REALIZAR Y SUPERVISAR LA GESTIÓN.

## Códigos y acuerdos de autorregulación

- Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia.
- Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego.
- Código de conducta publicitaria de la asociación para la autorregulación de la comunicación comercial (autocontrol) y otros códigos específicos de publicidad emitidos por la asociación.
- Código deontológico de la federación de periodistas (fape).
- Código deontológico europeo de la profesión periodística.
- Código ético de la asociación de directivos de la comunicación (dircom).

## Guías de actuación específicas del sector

- Normativa sobre cuotas de emisión europea (directiva 2010/13/ue).
- Garantía de adjudicación de espacios.
- Acuerdo de procedimiento para la comercialización y la gestión de espacios publicitarios en televisiones generalistas.
- Acuerdo de buenas prácticas en materia publicitaria.
- Ley general de comunicación audiovisual.
- Ley del cine.
- Ley de propiedad intelectual.
- Código de conducta publicitaria.
- Código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (código paos).
- Código de autorregulación de contenidos televisivos e infancia.
- Código ético de comercio electrónico y publicidad interactiva (confianza online).
- Principios del pacto mundial de naciones unidas.
- Código deontológico de buenas prácticas comerciales para la promoción de los productos dietéticos infantiles.
- Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego.
- Lista de declaraciones autorizadas de propiedades saludables de los alimentos distintas de las relativas a la reducción del riesgo de enfermedad y al desarrollo y la salud de los niños.

**La gestión de riesgos contempla, indiscutidamente, la gestión de la cadena de suministro, considerando los riesgos relacionados con el impacto que pueden tener en el negocio de Mediaset España, las actividades desarrolladas por los proveedores. En este sentido, los procedimientos aplicados contemplan:**



Previo a la contratación de servicios o bienes, se aplica el Protocolo de homologación de proveedores: análisis de solvencia de los proveedores, certificado de residencia fiscal en caso de no residentes y certificado de contratista en caso de residentes, Políticas y Certificaciones de Calidad y RSC.



En la relación contractual se tienen en cuenta temas relacionados con la Protección de los Datos de Carácter Personal y la contratación de seguros de Responsabilidad Civil y de daños, entre otros.



Aquellos proveedores que prestan sus servicios dentro de las instalaciones del Grupo deben, a su vez, cumplir con requerimientos vinculados a la Prevención de Riesgos Laborales.



Por su parte, los proveedores específicos relacionados con áreas del juego deben contar, adicionalmente, con formación en blanqueo de capitales.

CUALQUIER COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS EN LA COMPAÑÍA ESTÁ REGULADA MEDIANTE LOS PROCEDIMIENTOS DE ADQUISICIONES Y DE FIRMA DE CONTRATOS.



Todas las compras superiores a 20.000€ deben ser aprobadas por el Comité de Adquisiciones, órgano compuesto por el Consejero Delegado, el Director General de Gestión y Operaciones, el Director General de Contenidos y el Director General Comercial, con la Dirección de Auditoría Interna en calidad de secretaria y con el apoyo de la Dirección de Asesoría Jurídica y de la Dirección de Control.



Para todas las compras superiores a 20.000€ es necesario firmar un contrato, ya sea para la adquisición de un bien o un servicio.

**TRAS LA VENTA A PRINCIPIOS DEL 2017 DE ESTA SOCIEDAD, EL GRUPO MEDIASET ESPAÑA HA DEJADO DE REALIZAR ACTIVIDADES DE JUEGO ONLINE, REDUCIENDO ASÍ LOS RIESGOS DE BLANQUEO DE CAPITALS QUE ENTRAÑAN ESTE TIPO DE JUEGOS.**

En los ejercicios anteriores se hacía referencia al Comité de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, encargado de supervisar las medidas de control de las operaciones relacionadas con el juego online desarrollado por Premiere Megaplex, SAU, entonces filial del Grupo. Tras la venta a principios del 2017 de esta Sociedad, el Grupo Mediaset España ha dejado de realizar actividades de juego online, reduciendo así los riesgos de blanqueo de capitales que entrañan este tipo de juegos.

Por su parte, los concursos televisivos, gestionados a través de la sociedad Concursos Multiplataformas, SAU, implican la participación de los concursantes a través de llamadas telefónicas, envío de mensajes de texto o cualquier otro procedimiento electrónico,

informático o telemático en el que existe una tarificación adicional, no existiendo movimientos de dinero. Dadas sus características y según el análisis de riesgos realizado por la Sociedad, esta modalidad de juego es, desde el punto de vista del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, de un riesgo bajo. Sin embargo y de acuerdo a la legislación existente aplicable a los concursos, existe un Comité de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo que realiza labores de supervisión de los controles previos a la entrega de los premios. Por otra parte, en 2017 se ha impartido formación en temas de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo al personal que lleva a cabo tareas de apoyo a la actividad de concursos. En este sentido, se han impartido 54 horas en la formación de 27 personas.



## 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.		<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>En 2017 se ha analizado el impacto de las normas IFRS 9 y 15 en los estados financieros consolidados del Grupo Mediaset España. También esta trabajando en la implantación del nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos.</p>	<p>En 2017 se han recibido varios expedientes sancionadores por incumplimientos, pero sin impacto material para el Grupo.</p> <p>Las sanciones recibidas se encuentran detalladas en el apartado "Acerca de este informe", en las Notas Aclaratorias.</p>	Mediaset España esta presente en los grupos de trabajo creados para valorar los cambios normativos y además implementa rápidamente todos los cambios normativos que se producen y le afectan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Número de expedientes sancionadores nuevos en el año respecto del año anterior.</li> <li>Número de expedientes cerrados que han supuesto una sanción económica.</li> </ol>	
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.		<p>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.</p> <p>En 2017 se ha producido una inestabilidad política generada por la situación política en Cataluña que ha podido afectar a la economía y a la inversión publicitaria.</p>	No	No aplica	Porcentaje de la caída de la inversión, con respecto a la caída del PIB.	

Liderazgo en el mercado de TV

Oferta de contenidos multiplataforma

Adecuación al marco normativo

LENTO (>12 meses)

RÁPIDO (6-12 meses)

MUY RÁPIDO (<6 meses)

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
COMPETIDORES Y CONDICIONES DE MERCADO	<p>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.</p> <p>A su vez, las nuevas plataformas de contenidos no se encuentran sometidas a las mismas obligaciones y límites respecto de los canales de televisión.</p>	 	<p>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.</p> <p>Mediaset España continua con la estrategia de potenciar sus productos con la compra de nuevos eventos así como fortalecer sus productos de entretenimiento y ficción para competir con éxito.</p>	Han aparecido nuevos competidores de OTT y se han afianzado los nuevos canales de TDT.	Mediaset España sigue apostando por la multiplataforma y para ello ha creado equipos específicos para el ámbito digital en las áreas de comercial y marketing. Continua haciendo esfuerzos a nivel de inversión para el continuo desarrollo de sus plataformas multimedia.	Datos de audiencia en los canales TDT y on-line.	
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 del mercado y/o de una falta de adaptación de estrategia de venta de publicidad a la evolución del consumo televisivo.	 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Mediaset España intenta fortalecer su liderazgo en audiencia a través de sus productos y marcas.</p>	No	No aplica	Valor de la cuota publicitaria conseguida por el Grupo con respecto al total de inversión.	

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
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.		<p>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.</p> <p>Asimismo, la compañía ha perfeccionado la coordinación con las productoras de los programas con el fin de tener mayor rapidez reactiva.</p> <p>En el mismo momento en que se detecta una situación de posible conflicto, la Dirección de Comunicación coordina, informa y asesora al Consejero Delegado para tomar las medidas necesarias a tales efectos. Mediaset colabora a través de proyectos/ campañas por la igualdad, cuidado del medio ambiente, defensa de la salud apostando por la educación como medio para lograr una sociedad mejor.</p>	Si	El Grupo ha activado sus protocolos de respuesta.	Número de incidentes producidos que afectan a la reputación del Grupo.	
FINANCIERO	La apreciación del Dólar respecto del Euro tiene un impacto en el negocio de la televisión, al ser compradora de derechos audiovisuales en mercados que operan con esta divisa.		La compañía tiene contratados los oportunos instrumentos de cobertura y seguros de cambio para mitigar un posible impacto negativo.	No	No aplica	Evolución del tipo de cambio.	
TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA	La constante y cada vez más rápida evolución tecnológica tiene su impacto en la forma de consumir televisión. La falta de adecuación tanto de infraestructuras como de sistemas, aplicaciones y plataformas a esta evolución, puede tener un impacto negativo en la sostenibilidad del negocio.	 	Mediaset España monitoriza la evolución y el efecto que la transformación tecnológica puede tener en la televisión y lleva a cabo las inversiones adecuadas para el desarrollo de tecnologías adaptadas e infraestructuras.	No	No aplica	Porcentaje de inversión aprobado.	

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
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.		<p>Mediaset España tiene establecidos contratos sólidos con proveedores de primera línea para el alojamiento del archivo digital.</p> <p>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.</p> <p>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 España.</p> <p>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.</p>	No	No aplica	Número de incidentes producidos por este riesgo.	
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.		<p>Mediaset España tiene definido un Mapa de Riesgos de Ciberseguridad del Grupo y los correspondientes controles y medidas de mitigación.</p> <p>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.</p> <p>El Grupo cuenta con un servicio de mitigación de ataques mediante Denegación de Servicio (DOS).</p>	El Grupo no ha sufrido incidentes de seguridad relevantes. Tan solo ha recibido alertas de virus en equipos que se han solucionado con la propia herramienta de antivirus corporativa.	Mediaset España realiza un seguimiento continuo sobre nuevos virus/vulnerabilidades que van apareciendo.	Número de incidentes producidos por este riesgo.	
LITIGIOS	Litigios y contenciosos que el Grupo mantiene o pueda mantener con terceros en materia laboral, penal, fiscal, contencioso-administrativa o de jurisdicción civil y mercantil pendientes de resolución definitiva.		Mediaset España, a través de sus Administradores y asesores, evalúa el riesgo para todos los litigios y contenciosos y, en aquellos casos en los que el riesgo es probable y sus efectos económicos son cuantificables, dota las provisiones adecuadas.	Si, sin impacto material en el negocio.	Desde las áreas de Asesoría Jurídica y resto de áreas afectadas se realiza un seguimiento continuo de los litigios abiertos.	Número de expedientes nuevos.	

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
PÉRDIDA DE INTERÉS EN LA OFERTA DE CONTENIDOS	Adquisición y/o producción de contenidos y/o decisiones de programación que no resulten de interés para la audiencia.		<p>La Dirección de Programas tienen una unidad de Investigación de nuevos productos que esta continuamente mirando el mercado en la búsqueda de nuevos productos.</p> <p>El Grupo utiliza a 4 como incubadora de programas nuevos y mantiene las marcas con mayor audiencia.</p>	Sí	La Dirección toma la decisión de adelantar el desenlace del programa o reubicarlo en otro canal del Grupo cuyo público sea más adecuado al contenido.	Numero de programas que se cancela su emisión.	
INTERRUPCIÓN DEL NEGOCIO	Fallo en la operativa de los sistemas o infraestructuras clave del negocio que puede provocar la interrupción de la emisión, con el consiguiente impacto en la rentabilidad.		El Grupo tiene definido un plan de continuidad del negocio que garantiza la disponibilidad inmediata del personal, sistemas y plataformas clave necesarios para continuar la emisión. Para ello, realiza la formación y lleva a cabo las inversiones en infraestructuras y tecnologías necesarias.	Sí, sin impacto material en el negocio.	Se han activado los protocolos definidos para llevar a cabo la solución técnica necesaria.	Numero de incidentes producidos.	
BRECHA EN LA CONFIDENCIALIDAD	Filtración de información confidencial relevante (contenidos, datos financieros, política comercial u otra información sensible del negocio), que puede tener un impacto significativo en la capacidad de la compañía para lograr sus objetivos estratégicos.	 	Mediaset España 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.	

- Liderazgo en el mercado de TV
- Oferta de contenidos multiplataforma
- Adecuación al marco normativo

- LENTO (>12 meses)
- RÁPIDO (6-12 meses)
- MUY RÁPIDO (<6 meses)

El riesgo asociado a los posibles impactos derivados del cambio climático ha sido valorado en el mapa de riesgos de la compañía. No obstante, no ha sido considerado material, dados los mecanismos de gestión implantados y la probabilidad de ocurrencia o la intensidad esperada del impacto, en caso de producirse.

# PROTECCIÓN DE DATOS

**MEDIASET ESPAÑA ADOPTA UNA POSTURA DE PREVISIÓN Y ANTICIPACIÓN ANTE NUEVAS TENDENCIAS, PERSPECTIVAS, TECNOLOGÍAS Y CAMBIOS NORMATIVOS.**

Mediaset España desarrolla su negocio en un entorno marcado por factores como el asentamiento de las tecnologías Big Data, la transformación digital de negocios y empresas, el auge del malware o la exposición a vulnerabilidades no conocidas con afectación a los sistemas de tratamiento de datos de carácter personal. En este contexto, el Grupo adopta una postura de previsión y anticipación ante nuevas tendencias, perspectivas, tecnologías y cambios normativos.

Partiendo de las premisas definidas en el Código Ético de la compañía en relación a la privacidad y la protección de datos, es la Unidad de Protección de Datos, apoyada en otras áreas de la compañía, quien lleva a cabo las acciones necesarias para garantizar la privacidad y el uso correcto de los datos personales. En 2017, la Unidad se ha centrado en impulsar las tareas de adecuación pertinentes para adoptar los requisitos que introducirá el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) a partir de mayo de 2018.

En este sentido, se ha llevado a cabo un análisis por áreas para identificar los puntos de mayor incidencia en cuanto a la adecuación al nuevo RGPD. Para ello, se examinaron los procesos internos de los distintos departamentos, identificando e inventariando cada tratamiento de datos.

Se estableció, además, un grupo de trabajo para impulsar la adecuación al nuevo Reglamento, tanto a nivel jurídico, como técnico y organizativo. Los principales avances de este grupo han sido el establecimiento de una metodología de análisis de riesgo para estimar el impacto en la privacidad de los usuarios en los tratamientos, la definición de la estrategia más adecuada para actualizar la Política de Seguridad corporativa y normativa interna, y la elaboración de un marco jurídico adecuado en la relación con los prestadores de servicios.

Por otra parte, durante 2017 se llevó a cabo la preceptiva auditoría bienal por un auditor externo, con un resultado de nivel alto de cum-



## LA COMPAÑÍA ESTÁ REVISANDO SU POLÍTICA DE SEGURIDAD CORPORATIVA Y UNA SERIE DE PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN DE LA PRIVACIDAD, PARA ADAPTARSE AL NUEVO REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS.

plimiento de la LOPD y del Reglamento por parte de las empresas del Grupo.

Asimismo, se atendieron en tiempo y forma 27 peticiones de derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición) y 3 retiradas de contenido publicado referido a participación en concursos y noticias. También se informó por escrito y se recabó autorización sobre el derecho de imagen y datos de carácter personal a las personas que asistieron como público a las grabaciones de los programas de los canales televisivos realizados en las instalaciones de Mediaset España. Al igual que en años anteriores, en 2017 no se ha recibido ninguna reclamación fundamentada sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos personales.

En el contexto global sobre la protección de datos personales, se está analizando la normativa sobre el respeto de la vida privada y la protección de los datos personales en el sector de las comunicaciones electrónicas (ePrivacy Directive, Directiva 2002/58/EC). En este sentido, Mediaset España participa en grupos sectoriales para la valoración de su posible impacto y aplicación en el negocio de marketing y publicidad online.

En 2017 se ha establecido un plan de formación para directivos dirigido a concienciar a este colectivo en materia de Seguridad de la Información y Privacidad. A su vez, se ha puesto en marcha un plan global de aplicación a todo el staff, que permitirá analizar el grado de conocimiento de la plantilla respecto a los asuntos de Seguridad, Privacidad y determinados aspectos de cumplimiento.

LA FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN INTERNA, LA COORDINACIÓN EFECTIVA ENTRE ÁREAS DEL GRUPO Y LA COLABORACIÓN CON ACTORES EXTERNOS SON TRES CLAVES CENTRALES EN LA ESTRATEGIA DE MEDIASET ESPAÑA PARA GARANTIZAR LA PROTECCIÓN DE DATOS Y LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN.

En términos de coordinación interna, se han continuado manteniendo reuniones periódicas del Comité de Seguridad y, en paralelo, la Unidad de Protección de Datos ha realizado un seguimiento especial de aquellos departamentos o unidades de negocio que precisan asesoramiento específico, desarrollándose encuentros con las áreas más afectadas en materia de Privacidad para trasladar novedades y tendencias en la materia, así como valorar de manera conjunta riesgos y alternativas de actuación.

Por último, Mediaset España ha participado en 2017 en distintos grupos de trabajo, entre los que destaca el grupo de trabajo de Calidad y Seguridad de Autelsi (Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información), en el que se ha redactado la "Guía para la Notificación de Incidentes de Seguridad" para el RGPD y otras normativas (Directiva NIS, Ley 8/2011 de protección de Infraestructuras Críticas, y el Esquema de Seguridad Nacional). La compañía también ha colaborado con la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y el ISMS Forum (Asociación Española para el Fomento de la Seguridad de la Información) en la redacción de la "Guía para la Gestión y Notificación de Brechas de Seguridad". Parte del contenido de estas guías están siendo asumidas en la normativa interna en preparación de la adecuación de Mediaset España al RGPD.

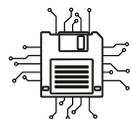
Responsable de Seguridad  
**Certified Data Privacy Professional**  
 (ISMS Forum Spain)

# CIBERSEGURIDAD

La tecnología es un factor imprescindible y diferencial en el negocio de Mediaset. En este sentido, las medidas y controles de seguridad que adopta el Grupo buscan garantizar la integridad, disponibilidad, confidencialidad y control de acceso de sus activos de información y de los servicios que presta, además de contribuir a obtener y mantener la confianza de la audiencia, de los usuarios de sus sites en internet y de clientes y anunciantes. Mediaset España garantiza, además, que la información corporativa es custodiada de manera adecuada, cumpliendo con todas las leyes, normas y regulaciones en materia de protección de datos y sectoriales.

## Comité de Gestión de la Seguridad

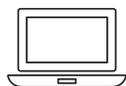
### COMPOSICIÓN



DIVISIÓN DE  
TECNOLOGÍAS



DIRECCIÓN DE  
AUDITORIA INTERNA



RESPONSABLE  
DE SEGURIDAD  
INFORMÁTICA



UNIDAD DE  
PROTECCIÓN DE  
DATOS



RESPONSABLE DE  
SEGURIDAD FÍSICA



RESPONSABLE DEL  
FICHERO

### FUNCIONES

REVISAR, APROBAR E IMPULSAR LA  
POLÍTICA DE SEGURIDAD

REVISAR Y APROBAR LOS PLANES A  
CORTO Y LARGO PLAZO RELACIONADOS  
CON LA SEGURIDAD.

REVISAR Y REALIZAR UN SEGUIMIENTO  
DE LAS INCIDENCIAS DE SEGURIDAD CON  
MAYOR CRITICIDAD.

VERIFICAR LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD  
TÉCNICAS DEFINIDAS EN LA POLÍTICA

- Foro 'Ransomware', organizado por Computing y Redes y Telecom
- Jornada Summit Data Protection Officer & Cybersecurity 2017, organizada por IKN Spain
- Congreso e-Crime and Cybersecurity España, organizado por AKJ Associates

TEMAS ABORDADOS RELACIONADOS PRINCIPALMENTE CON LAS MEDIDAS NECESARIAS QUE EL GRUPO DEBE ACOMETER PARA IMPLANTAR EL NUEVO REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS, ASÍ COMO UNA REVISIÓN DE LOS CONTROLES YA IMPLEMENTADOS PARA GARANTIZAR LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS. TAMBIÉN SE HAN TRATADO TEMAS RELACIONADOS CON LOS ACCESOS DIGITALES Y FÍSICOS DE LOS USUARIOS/EMPLEADOS/TERCEROS A LAS INSTALACIONES Y/O HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DEL GRUPO.

**11** REUNIONES  
CELEBRADAS EN  
2017

## MEDIASET ESPAÑA CUENTA CON ALTA DISPONIBILIDAD Y REDUNDANCIA EN LOS SERVICIOS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONSIDERADOS CRÍTICOS.

La División de Tecnologías –con el apoyo del Comité de Gestión de la Seguridad- coordina y opera la seguridad técnica de los sistemas informáticos y de cualquier índole (sistemas IT, de Negocio e industriales)

El marco de actuación está fijado en la Política de Seguridad Corporativa y los procedimientos internos de actuación, que son de aplicación a los empleados y directivos de Mediaset España. También se dispone de protocolos y manuales técnicos, que conciernen al personal técnico y administradores de sistemas.

Mediaset España cuenta con alta disponibilidad y redundancia en los servicios y sistemas de información considerados críticos. Los requisitos de disponibilidad se marcan y revisan en el Plan de Continuidad del Negocio y se aplican tanto a los sistemas de emisión como al equipamiento informático y de suministros.

Se tiene establecido un procedimiento para el tratamiento adecuado de incidentes (Procedimiento de gestión de incidencias de seguridad) y se realizan simulaciones siguiendo las pautas que establece. Además, periódicamente se realizan revisiones y auditorías de vulnerabilidades de los sistemas y aplicativos, y se tiene establecidos controles de actividad de los usuarios.

A lo largo del año se ha continuado trabajando para transitar desde una actitud tradicionalmente reactiva en cuanto a la seguridad informática o ciberseguridad, hacia un enfoque más proactivo y transversal, focalizado en la prevención a través de la anticipación, desarrollando para ello proyectos de transformación digital, de ingeniería y desarrollo de aplicaciones y contemplando la seguridad informática en operaciones de sistemas, así como en iniciativas diferenciadas de negocio. En este sentido, ha resultado clave haber asignado recursos para el desarrollo de proyectos específicos en ciberseguridad y haber incluido partidas dedicadas a la Seguridad de la Información en otros proyectos.

También se ha incidido de manera importante en aumentar la implicación y colaboración con empleados de otros departamentos y áreas de la organización –además de la División de Tecnologías, se ha trabajado con Auditoría Interna, Recursos Humanos, Jurídico, etc.-. El Comité de Seguridad ha continuado activo y se han mantenido reuniones

periódicas con las áreas más afectadas en materia de Privacidad, para trasladar las principales novedades y tendencias en la materia. De esta forma, se busca hacer de la seguridad informática una práctica transversal que implique a la compañía en su conjunto.

En cuanto a los principales hitos de 2017, cabe destacar que la compañía ha emprendido un assessment de seguridad y ha realizado una renovación de su adecuación a la norma 27002 con el objetivo de optimizar determinados procesos, aunándolos a la norma 27001. Además, se ha establecido una estrategia a medio plazo en cuanto a iniciativas e inversiones en gestión de la seguridad de la información y gestión de la privacidad.

Por otra parte, se han llevado a cabo revisiones de vulnerabilidad de los aplicativos web y móviles tras la necesaria adopción de la filosofía de diseño y desarrollo responsive, con el fin de garantizar que no hubiera habido merma en la seguridad de los mismos.

Por último, en 2017 se ha elaborado un procedimiento para establecer pautas comunes en el manejo y envío de información sensible corporativa. Además, y como soporte tecnológico al procedimiento, se ha implantado una herramienta de Gestión de acceso y Derechos de la Información. Esta solución permite aplicar normas y políticas de Seguridad en la distribución de la información corporativa, así como realizar los seguimientos pertinentes.

EN 2017 SE HA ELABORADO UN PROCEDIMIENTO PARA ESTABLECER PAUTAS COMUNES EN EL MANEJO Y ENVÍO DE INFORMACIÓN SENSIBLE CORPORATIVA.

## Gestión de Crisis Cibernéticas

El 20 de abril Mediaset España participó en el proyecto “Gestión de Crisis Cibernéticas”, dirigido y organizado por la Asociación Española para el Fomento de la Seguridad de la Información, cuyos resultados satisfactorios para la compañía fueron presentados en la XIX Jornada Internacional de Seguridad de la Información. Esta iniciativa, patrocinada por varios fabricantes y apoyada académicamente por empresas relevantes, contó con el apoyo institucional del Departamento de Seguridad Nacional (DSN), Centro Nacional de Infraestructuras Críticas (CNPIC) y el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE).

# GESTIÓN DE LA CADENA DE PROVEEDORES

## LOS PROVEEDORES MANIFIESTAN SU COMPROMISO CON UNA GESTIÓN ÉTICA Y RESPONSABLE.

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 en los contratos con sus proveedores cláusulas para garantizar un comportamiento empresarial responsable en toda su cadena de valor. Desde 2010 las empresas que colaboran con Mediaset España asumen desde el **contrato el compromiso de actuar de forma ética y responsable.**

En concreto, se apela al respeto de 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 y prohibir expresamente cualquier comportamiento que implique corrupción, soborno o extorsión. Además, se solicita que declaren respetar la legislación ambiental y fomentar el uso eficiente de los recursos limitados tales como la energía, el agua y las materias primas, en el desarrollo de su actividad.

Las principales contrataciones gestionadas por la Dirección de Compras y Servicios en 2017 fueron, al igual que en años anteriores, se concentraron en la **compra de material tecnológico**, así como a la **contratación de servicios profesionales y de producción**. En conjunto, estas compras han representado el 70% del de la contratación de productos y servicios del año.

## Tipología de proveedores de productos y servicios



TECNOLÓGICO

36%



OBRAS Y MANTENIMIENTOS

10%



SEGURIDAD

3%



RECEPCIONES, MOZOS, AUXILIARES

2%



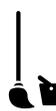
SERVICIOS PROFESIONALES

18%



PÚBLICO PROGRAMAS

6%



LIMPIEZA

3%



TRANSPORTES

1%



SERVICIOS DE PRODUCCIÓN

16%



VIAJES

3%



COMEDORES

2%



OTROS SUMINISTROS

1%

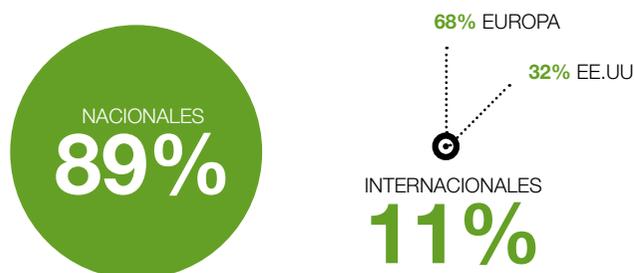
## LA CADENA DE SUMINISTRO DE MEDIASET ESPAÑA EN 2017 HA ESTADO FORMADA PRINCIPALMENTE POR PROVEEDORES DE ESPAÑA.

El material técnico adquirido en 2017 fue fundamentalmente hardware, software, cámaras, mezcladores, matrices, equipos de sonido y de imagen.

Los servicios profesionales estuvieron relacionados con el mantenimiento y el desarrollo de aplicaciones informáticas, servicios de consultoría y auditoría; y los de producción fueron, en su mayor parte, servicios vinculados a la escenografía, la iluminación de platós y el subtítulo.

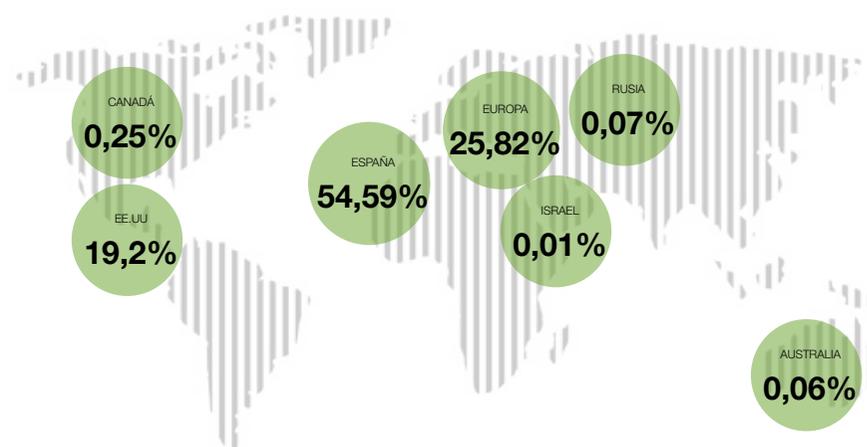
La cadena de suministro de Mediaset España en 2017 ha estado formada principalmente por **proveedores de España**. La contratación exterior ha respondido a la adquisición de servicios tecnológicos que han sido suministrados en la mayor parte de los casos por empresas europeas.

## Proveedores de Productos y servicios



Nota: Se considera que un proveedor es nacional si tiene CIF español y la factura se abona en España

En lo que respecta a la **distribución de los proveedores de derechos de emisión de contenidos**, en 2017 casi el 55% de la contratación ha correspondido a proveedores de derechos de emisión españoles, más del 25% a proveedores de otros países europeos, más del 19% a proveedores de Estados Unidos y Canadá y un 0,4% de la cifra de derechos adquiridos ha correspondido a empresas de otros países como Rusia, Australia e Israel.



## La gestión de las productoras participadas

Dentro de la cadena de proveedores las productoras desarrollan una labor clave para Mediaset España. A continuación se ofrece un perfil de aquellas participadas por la empresa.



### Independencia editorial

La libertad e independencia editorial se manifiesta en la completa autoridad de los directores de las producciones sobre el contenido editorial de su programa, desde la elaboración del guión a la edición de las piezas y, sobre todo, en el momento de su emisión si es un programa en directo.

### Calidad de los contenidos

La calidad de los contenidos en Producciones Mandarina viene definida por la calidad de los guiones, la estructura narrativa de cada programa y el perfil de los presentadores, colaboradores, invitados o los actores y sus personajes. También es muy relevante la calidad técnica que comprende el nivel de los registros audiovisuales, como la iluminación, el sonido y ambientación musical y el modelo de realización tanto de video como de grafismo creados para cada programa.

Además, la innovación en la creación de contenidos constituye un elemento fundamental para Producciones Mandarina. Por ello, el departamento de Nuevos Proyectos trabaja analizando y estudiando todas las novedades que se presentan, tanto en España como a nivel internacional, participando en ferias y captando las nuevas ideas y tendencias. La presentación de nuevos proyectos se hace, habitualmente, en reuniones en las que está presente el equipo de producción de contenidos de Mediaset España, quien para valorar los proyectos más interesantes suele solicitar el desarrollo completo de los contenidos del proyecto y la producción de un programa piloto o una demo en vídeo de la propuesta.

### Pluralidad y diversidad

El perfil de los programas es muy diverso, pero en todos ellos se mantiene el respeto por la diferencia y la diversidad de opciones y opiniones. En los programas de actualidad, se valora la variedad de las fuentes consultadas y la fidelidad a la realidad de las noticias; en los programas de entretenimiento o magazines, se valora la diversidad en el panel de invitados; en la ficción, se incluyen estos conceptos a través de la apuesta narrativa de los guiones. Ejemplo de ello han sido en 2017 los programas de entretenimiento o magazines como 'Qué tiempo tan feliz', donde se valora la diversidad de invitados y el trato cordial y amable de sus entrevistas. Programas de humor como 'Dani y Flo', donde se intenta entretener y divertir con una visión diferente de la actualidad y los invitados sorpresa que visitan el programa. Programas especiales como 'Camino al orgullo', donde a través de diferentes testimonios del colectivo LGTB se cuenta cómo se ha recorrido, en apenas 40 años, el camino que separa el rechazo y la represión de la igualdad y la libertad.

### Libertad de expresión

La actividad periodística se rige por el Código Ético de Producciones Mandarina, que establece la necesidad de que los presentadores, colaboradores, equipo de dirección y redactores cumplan los principios de veracidad, objetividad e independencia en la información que transmiten, así como los principios de libertad de expresión e información, del secreto profesional y de no discriminación en la generación de contenidos.

Por otra parte, la empresa se compromete a la rectificación de toda aquella información alejada del principio de veracidad, ejerciéndola en todos los casos en los que proceda.

### Derechos a la intimidad y el honor

En los contratos con los colaboradores y presentadores, se incluye una cláusula que solicita de forma específica el respeto al cumplimiento legal en todo lo relativo a los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen de las personas, asumiendo la responsabilidad frente a la productora en caso de vulneración de alguno de estos derechos.



## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

**42** **31**

Plantilla media en 2017

**49,03** **33,44**

Antigüedad media

**5,45** **6,29**

Todos los empleados de Producciones Mandarina están localizados en Madrid, aunque puntualmente puedan desarrollarse actividades en otras ciudades o provincias.

El 100% de la plantilla está cubierta por Convenio Colectivo. Convenio Colectivo Vigente: II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

## Derechos de propiedad intelectual

Mandarina trabaja con cesiones de derechos y contratos relacionados con imágenes, de presentadores, colaboradores, invitados, grabaciones telefónicas, grabación en interiores, interpretación musical, casting, sobre autorización de menores, etc. Se consideran cesiones cuando los materiales o las colaboraciones son gratuitas, y contratos cuando se desarrollan bajo una contraprestación económica.

En ambos casos, se ceden a Mandarina todos los derechos transmisibles de propiedad intelectual, comercialización e imagen que pudieran corresponderle sobre las grabaciones audiovisuales; y en el contrato se garantiza que las grabaciones audiovisuales no infringen ningún tipo de derecho de terceros, respondiendo frente a Producciones Mandarina de la titularidad y del ejercicio pacífico de dichos derechos.

## Proceso de control sobre contenidos

El proceso de control de contenidos parte de la Dirección de Contenidos, quien establece la línea editorial de los programas. Los directores de programa se encargan de gestionar y decidir sobre los contenidos. La Producción Ejecutiva tanto de Producciones Mandarina como de la cadena les supervisa.

## Beneficios sociales

- Flexibilidad horaria.
- Flexibilidad horaria especial para empleadas embarazadas y adecuación de funciones y actividades a sus necesidades.
- Ticket restaurante para todos los empleados y acuerdos con restaurantes sobre el precio del menú diario.
- Ruta de autobús para empleados.

## Formación impartida a la plantilla sobre salud y seguridad

En 2017, en cumplimiento de los requerimientos de la gestión de PRL, se facilitó formación on line a los empleados sobre 'Riesgos generales de la seguridad y la salud en el trabajo'.

## Estabilidad en el empleo

La elevada tasa de temporalidad del sector hace que en torno a un 70% de la plantilla actual haya prestado previamente sus servicios en algún otro proyecto de la productora. Con ello, Producciones Mandarina logra rentabilizar la formación y a su vez generar una mayor implicación y fidelidad.

## Gestión de los recursos energéticos

- Control horario de la climatización.
- Incorporación progresiva de iluminación LED.

## Gestión de residuos

- Reciclado de tóner: Biotoner Sistemas ecológicos
- Reciclado de Papel: ECO-SHREDDER S.L.U / SHRED-IT
- Gestión de componentes informáticos, ordenadores, monitores, telefonía y reproductores de vídeo: entrega en punto limpio.
- Todos los DISCK XDCAM y tarjetas de memoria son reciclados: se formatean y reutilizan en los nuevos programas que produzca Mandarina.

## Medios usados para grabaciones

El 60% de las grabaciones se efectúan en PROFESIONAL DISCK XDCAM HD, el 30% las grabaciones se efectúan en PROFESIONAL DISCK XDCAM y el otro 10% se efectúa sobre tarjetas de memoria determinadas por el modelo y marca de la cámara que se utilice; tarjetas SD, compact flash, Panasonic P2.

## Movilidad

- El transporte de preferencia es el tren. Se consideran otros medios de transporte si los plazos y el traslado de equipos y materiales lo exigen. En este caso se recurre al avión, furgoneta y coche para traslados locales en la Comunidad de Madrid.
- Producciones Mandarina cuenta con dos coches diésel de renting con un contrato de 30.000km anuales.



## Derechos a la intimidad y el honor

Se incorporan estipulaciones contractuales específicas a todos los colaboradores y/o participantes en los programas sobre la necesidad de no incurrir en transgresiones en los derechos a la intimidad o al honor de terceros.

## Beneficios sociales o medidas de conciliación

- Ticket restaurante a todo empleado cuya jornada de trabajo implique hora de descanso para comer.
- Flexibilidad horaria
- Seguro médico.
- Cursos de formación.

## Libertad de expresión

Gran parte de los programas producidos por La Fábrica de la Tele tienen un importante componente de opinión y debate. Se procura que los asuntos a abordar integren distintas perspectivas y que las posturas se encuentren equilibradas. Desde esta perspectiva, se considera un valor fundamental que quienes intervengan ejerzan sin más restricciones que las legalmente establecidas su derecho a la libertad de expresión. Como quiera que efectivamente la libertad de expresión también encuentra límites en el debate público, a todos los colaboradores y/o participantes de los programas se les advierte, incluso con la incorporación de estipulaciones contractuales específicas, sobre la necesidad de no incurrir en transgresiones en los derechos a la intimidad o al honor de terceros.

## Formación en PRL

La empresa realiza cursos de prevención de riesgos laborales como los relacionados con pantallas de visualización de datos, plan de incendios, formación en oficinas y formación en seguridad. Sin embargo, en 2017 no se ha impartido ningún curso de PRL ya que el 90% de la plantilla contaba con formación realizada en un plazo inferior a 2 años.

## Gestión de los recursos energéticos

Sistema de control automatizado de luces y climatización en las oficinas.

## Gestión de residuos

Recogida selectiva y reciclaje de plásticos, papel y tóner: ARCE RECUPERACIONES.

Las grabaciones se conservan en medios digitales como DISCOS XDACM y tarjetas P2. Para evitar un consumo innecesario se reutilizan ambas. El caso de los discos XDCAM, una vez digitalizado su contenido el departamento de documentación borra los discos para su reutilización.

## Derechos de propiedad intelectual

Buena parte de los contenidos audiovisuales que nutren los programas o bien son titularidad de la cadena televisiva que los emite, o bien son suministrados por agencias de prensa, bancos de imágenes y empresas de reconocida implantación que gestionan los derechos de propiedad intelectual o terceros. En todo caso la utilización de obras o contenidos sometidos a derechos de propiedad intelectual de terceros están soportados por un documento de cesión de derechos. La firma de este documento es indispensable para poder hacer uso de la obra o contenido

## Proceso de control sobre contenidos

Además de su órgano directivo, la compañía se estructura en dos grandes áreas o departamentos: el de contenido y el de producción. Cada uno de dichos departamentos cuenta con una coordinadora que aglutina y organiza, en sus respectivos ámbitos de competencias, los equipos que participan en la producción del programa.

La responsabilidad sobre los contenidos del programa descansa en primera instancia en su director, quien parte, en todo caso, de las directrices establecidas por la coordinadora de contenidos y el órgano directivo cuyo criterio es, asimismo, muy relevante en la definición de contenidos y la determinación de la versión definitiva del programa. El último filtro respecto a los contenidos viene determinado por la cadena televisiva encargada de su emisión.

## Estabilidad en el empleo

La plantilla de la empresa está constituida por personal que pertenece a la estructura de la compañía con contratos de carácter indefinido y por trabajadores vinculados laboralmente a la empresa en virtud de contratos por obra o servicio. Estos últimos son contratados normalmente para proyectos respecto a los que existe un encargo de producción, se procura mantener equipos estables y, si encajan en el perfil, contar con los mismos trabajadores para sucesivas producciones audiovisuales.

## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

148 137

Plantilla media en 2017

153 141

Antigüedad media

3A 5M 9D 3A 8M 5D

Toda la plantilla se encuentra cubierta por Convenio Colectivo. El Convenio Colectivo vigente es el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

## Derechos a la intimidad y el honor

Todos los colaboradores de Supersport se comprometen a respetar el honor y la intimidad en todas sus intervenciones y colaboraciones.

## Derechos de propiedad intelectual

Los empleados de Supersport, así como sus colaboradores externos, ceden mediante una cláusula en el contrato todos los derechos de propiedad intelectual, industrial y de imagen renunciables en favor de Supersport y Mediaset España, quienes ostentan el derecho a su explotación. Todas las denominaciones originales pueden ser registradas como Marcas por parte de Mediaset España.

## Formación

En 2017, en cumplimiento de los requerimientos de PRL, se ha facilitado formación a los empleados sobre pantallas de visualización.

## Control de los contenidos

En Supersport la independencia editorial, la calidad de los contenidos, la pluralidad y diversidad y la libertad de expresión vienen garantizadas por la labor de la Dirección Editorial de Mediaset España. Esta Dirección define la línea editorial que se transmite y es implementada a través de los editores de los programas y los coordinadores de las áreas a todos los miembros de cada redacción.

## Estabilidad en el empleo.

La plantilla de Supersport es muy estable dada la naturaleza de los programas que se producen mayoritariamente (informativos diarios de deportes).

## Convenio colectivo

Los empleados de Supersport están bajo el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

## Beneficios sociales o medidas de conciliación

- Seguro de vida.
- Comida.
- Formación.
- Parking de empresa.
- Acceso a transporte público (lanzadera a Cercanías y Metro).
- Retribución flexible: Ticket guardería y seguro médico.

## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

48 31

Plantilla media en 2017

54,4 37,9

Antigüedad media

3A 8M 14D 3A 9M 6D

# megamedia

## Derechos a la intimidad y el honor

Todos los colaboradores de Megamedia se comprometen a respetar el honor y la intimidad en todas sus intervenciones y colaboraciones.

## Derechos de propiedad intelectual

Los empleados de Megamedia, así como sus colaboradores externos, ceden mediante una cláusula en el contrato todos los derechos de propiedad intelectual, industrial y de imagen renunciables en favor de Megamedia y Mediaset España, quienes ostentan el derecho a su explotación. Todas las denominaciones originales pueden ser registradas como Marcas por parte de Mediaset España.

## Control de los contenidos

La Dirección Editorial de Mediaset España define la línea editorial de Megamedia. Ésta se transmite y es implementada a través de los coordinadores de las áreas a todos los miembros de las redacciones.

## Convenio colectivo

Los empleados de Megamedia están bajo el Convenio de Oficinas y Despachos de Madrid.

## Beneficios sociales o medidas de conciliación.

- Seguro de vida
- Comida
- Formación
- Parking de empresa
- Acceso a transporte público (lanzadera a Cercanías y Metro)
- Retribución flexible: ticket guardería y seguro médico

## Formación

En 2017, en cumplimiento de los requerimientos de PRL, se ha facilitado formación a los empleados sobre pantallas de visualización.

## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

107 65

Plantilla media en 2017

94,4 59,6

Antigüedad media

2A 2M 3A 2M 29D

# GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS

## LOS PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA SE ENCUENTRAN REFLEJADOS EN EL CÓDIGO ÉTICO DE MEDIASET ESPAÑA.

Mediaset España es consciente de la responsabilidad que tiene en el mercado audiovisual español y, en general, en la sociedad de la información. En este sentido, y sin olvidar la prevalente función de entretenimiento de los canales del Grupo, la compañía considera que la gestión responsable de los contenidos que emite representa un aspecto indispensable para la sostenibilidad del negocio. Por ello, tanto la actividad periodística como la de entretenimiento se encuentra enmarcada en un modelo de gestión que parte del Código Ético y se nutre y complementa con los diferentes procesos internos de creación y difusión de contenidos.

Teniendo presente el papel que tienen atribuido los medios de comunicación independientes en una sociedad democrática, Mediaset España lleva a cabo su actividad periodística con una rigurosa aplicación de estándares éticos que regulan la actividad y garantizan el cumplimiento de los aspectos editoriales fundamentales para desempeñar su rol con excelencia.

Los principios que rigen la actividad periodística, recogidos en el Código Ético de Mediaset España, establecen la necesidad de que los periodistas desarrollen su trabajo bajo el estricto cumplimiento de los principios de veracidad, objetividad e independencia en la información que transmiten. Del mismo modo, en el ejercicio de su labor deben observar el cumplimiento de los principios de libertad de expresión e información, del secreto profesional y de no discriminación, garantizando la independencia editorial con mecanismos internos de actuación definidos para preservar de cualquier interferencia gubernamental, técnica o de otra índole, en la generación de contenidos.

Por otra parte, Mediaset España se encuentra plenamente comprometida con la rectificación de toda aquella información alejada del principio de veracidad, ejerciéndola en todos los casos en los que proceda, utilizando el mismo medio donde se emitió la información a la que haga referencia.

La pluralidad y diversidad de fuentes de información, así como la participación activa de diversos sectores de la sociedad, son aspectos relevantes que Mediaset España integra tanto en sus informativos, como en las tertulias de sus programas, procurando equilibrar la participación de las diferentes tendencias y opiniones a efectos de ofrecer servicios audiovisuales de calidad, en la que todos los públicos están contemplados.

## Aspectos editoriales fundamentales



LA PLURALIDAD Y DIVERSIDAD DE FUENTES DE INFORMACIÓN, ASÍ COMO LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE DIVERSOS SECTORES DE LA SOCIEDAD, SON ASPECTOS RELEVANTES QUE MEDIASET ESPAÑA INTEGRA EN SUS INFORMATIVOS.

## Gestión de contenidos informativos

Los informativos de Telecinco son habitualmente los más vistos de todas las cadenas nacionales y ello se debe a su credibilidad informativa. Ésta se sustenta en el valor de sus presentadores y editores informativos, capitaneados por Pedro Piqueras, reconocido periodista de altísima credibilidad e independencia.

Los informativos de Mediaset España no dan opinión, sino que aportan al espectador los datos y la información necesaria para que valore los hechos de forma crítica y saque sus propias conclusiones. Por su parte, en los programas de debate se incorporan representantes de todas las tendencias y posturas, para que los espectadores tengan la posibilidad de confrontar opiniones plurales.

La inmediatez de la información difundida cada vez más a través de las redes sociales obliga a los medios a filtrar, contrastar e informar en el mínimo periodo de tiempo y sin descuidar el rigor informativo necesario. Para ello, la redacción de los informativos de Mediaset España comprueba la fuente y procura contrastarla con una segunda fuente, y en caso de no tener la seguridad de que las imágenes puedan ser reales, éstas no se emiten.

- **Comité editorial semanal**, con los máximos responsables de la compañía para repasar los hitos informativos.
- **Reuniones diarias de redacción** para repasar los contenidos a emitir, así como los contenidos emitidos, analizando aquellos que no se hubiesen ajustado al planteamiento editorial previamente definido.
- **Contacto permanente** entre periodistas y responsables de áreas para actualizar la información.
- **Control diario** de la emisión de contenidos sujetos a propiedad intelectual.
- **Citación de las fuentes** cuando son públicas y consienten en ser citadas; confidencialidad de las fuentes cuando así lo solicitan.

Los informativos de Tele5 y Noticias Cuatro producen entre el 80 y el 90% del contenido de la emisión. Cada imagen o contenido que no es de producción propia se recepciona a través de una sala técnica de enlaces que está sujeta a una escaleta previa de Producción, en la cual se registra, entre otros aspectos, la procedencia de los derechos, lo que obliga al abono de los mismos. A su vez, pasa al departamento de Documentación donde queda registrado la fuente, el origen y los derechos referidos que procedan, para atender a su control posterior. En este sentido, se produce un bloqueo del acceso al contenido en función de la limitación de derechos a la que esté sujeto. De esta forma, se ejecuta un control de la propiedad intelectual de los contenidos, como filtro previo y posterior a la emisión de los mismos.

Para el uso de puntual de imágenes de libre acceso disponibles en redes sociales, se activa un proceso de contacto con el autor y negociación de las condiciones del uso de las mismas (derecho de cita, abono exclusivo de las imágenes, abono parcial con o sin restricciones, etc.)

Por otra parte, en la inclusión de música o de secuencias cinematográficas, existe una declaración de usos que se hace en cada montaje y que se remite directamente al departamento de la Unidad Editorial de Mediaset España, el cual ejecuta las liquidaciones oportunas a la SGAE.



**Las redes sociales son una fuente inagotable de vídeos e imágenes y la interacción con los usuarios es muy rápida y eficaz. Los comentarios sobre las noticias permiten también analizar las reacciones de los lectores sobre las mismas, comentarios que son moderados por un equipo de las webs de Mediaset España.**



## LA INNOVACIÓN EN LA CREACIÓN DE CONTENIDOS CONSTITUYE UN ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA MANTENER EL LIDERAZGO EN EL SECTOR AUDIOVISUAL DEL QUE GOZA MEDIASET ESPAÑA.

### Gestión de contenidos de entretenimiento

La innovación en la creación de contenidos constituye un elemento fundamental para mantener el liderazgo en el sector audiovisual del que goza Mediaset España. Para ello, el Área de Nuevos Proyectos trabaja arduamente y en contacto permanente con las productoras y distribuidoras a efectos de estar al tanto de todas las novedades que se presentan, tanto en España como a nivel internacional, participando en ferias, captando las nuevas tendencias y recogiendo los nuevos productos que se ofrecen para valorar su integración en las parrillas del Grupo.

La recepción de nuevos proyectos se hace, habitualmente, en reuniones en las que está presente el equipo de producción de contenidos y, en la medida de lo posible, se procura contar con la presencia del Director del Área de Producción e incluso con la del Director General de Contenidos de Mediaset España. En ellas, resulta sumamente importante conocer, desde un primer momento, el tipo de material que ofrecen los productores externos. Habitualmente suele darse respuesta a las propuestas en las propias reuniones, ya sea rechazándolas por no ser de interés para la compañía, o bien solicitando a los productores que trabajen el material que están proponiendo. En este caso, lo habitual es que se pida el desarrollo completo de los contenidos del proyecto ofrecido e incluso, la elaboración de un programa piloto o una demo en vídeo de la propuesta, para poder valorar su posible funcionamiento en televisión.

En el caso de que el equipo de producción de contenidos reciba directamente algún proyecto, lo reporta al Director del Área de Producción y también, en la mayoría de los casos, al responsable de producción de contenidos del canal que se considere más afín al proyecto recibido. El equipo analiza la propuesta y valora si la misma resulta de interés para la compañía.

Una vez que se aprueba el proyecto, la División de Antena participa en la fase de gestión de contenidos para la optimización del producto. En este sentido, analiza los contenidos para su posterior ubicación en parrilla valorándolos en relación a su clasificación por edades o el público al que está destinado, entre otros, a efectos de desarrollar

estrategias de programación tales como las mejores fechas de estreno, la estrategia de marketing de contenidos, la definición de campañas de lanzamiento, los mejores formatos para reforzar la comunicación en antena y demás actividades relativas al posicionamiento del programa para lograr su mejor rendimiento.

A efectos de que la creación de contenidos se encuentre alineada con los valores de la compañía y el Código Ético, Mediaset España tiene definido e implantado un sistema de control piramidal, donde se evalúan y monitorean los contenidos generados.

El **Comité Editorial**, junto con la Dirección de Contenidos, define las líneas editoriales. Estas directrices, que van desde el objetivo del programa a la franja horaria en la que se emitirá o el lenguaje que deberá utilizarse, se trasladan a las productoras y son los Productores Ejecutivos los responsables del seguimiento de su adecuada implantación.

Semanalmente, el **Comité de Contenidos** aborda cuestiones relativas a los contenidos de los programas y sus temáticas en los distintos canales del Grupo, así como la programación de los mismos.

La **programación en directo** es evaluada y monitorizada por la compañía mediante reuniones diarias 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. A su vez, es supervisada por 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 programas si fuera necesario.

La **programación en diferido** cuenta también con sistemas de control por parte de Mediaset España, que se inician con la definición de las directrices sobre los contenidos de los programas y su traslado a las productoras. Posteriormente, una vez que los programas son generados y remitidos por las productoras, Mediaset España realiza su visionado para evaluar, entre otros aspectos, la adecuación a sus directrices, al Código Ético, al respeto de los derechos humanos, de los derechos de los menores así como del derecho a la intimidad de las

## LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SE ENCUENTRA ALINEADA CON LOS VALORES DE LA COMPAÑÍA Y EL CÓDIGO ÉTICO.

CON EL OBJETIVO DE ADECUAR LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS OFRECIDOS A LAS EXPECTATIVAS DE LA AUDIENCIA, MEDIASET ESPAÑA LLEVA A CABO REUNIONES PERIÓDICAS DE ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN ASÍ COMO DE LAS AUDIENCIAS OBTENIDAS.

personas. Una vez realizado este control, se trasladan las observaciones a las productoras para que éstas adapten los contenidos a las mismas y, posteriormente, vuelvan a remitir los programas a Mediaset España para un nuevo análisis y control.

En el caso de programas en los que participan menores, a los controles mencionados se añade el envío del programa, con carácter previo a su emisión, a la Fiscalía de Menores para su aprobación.

En sus reuniones de trabajo, los Productores Ejecutivos realizan revisiones de guiones y escaletas, así como el visionado de programas, que en el caso de que sean grabados, se realiza con anterioridad a su emisión.

Adicionalmente a estos procesos periódicos, trimestralmente se reúne el **Comité de Autorregulación**, al que acuden responsables de la División de Antena, de la División de Producción de Contenidos y del Área de Relaciones Institucionales, para analizar las quejas y reclamaciones recibidas, transmitiendo los resultados de dichas reuniones a las productoras, a efectos de corregir y mejorar en el futuro los contenidos susceptibles de mejor adecuación.

Finalmente, la categorización de los contenidos audiovisuales a emitir se define en el marco de la autorregulación de contenidos, con la aplicación del nuevo "Sistema de Calificación por edades de productos audiovisuales", suscrito por los operadores de televisión en abierto en 2015 y bajo supervisión de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Bajo este **marco de autorregulación**, deben calificarse todos los contenidos televisivos, a excepción de los programas informativos y las retransmisiones de acontecimientos (deportivos, musicales, culturales, políticos, corridas y encierros taurinos). Para dicha calificación se analiza si el contenido contiene una o varias de las siete categorías de contenidos potencialmente perjudiciales identificadas en el Sistema (violencia, miedo o angustia, sexo, discriminación, drogas y sustancias tóxicas, conductas imitables y leguaje), las cuales se valoran independientemente. La presencia, verbal o visual, intensidad, realismo o frecuencia de estos contenidos en el programa determinará la edad por debajo de la cual su visionado no es recomendable. En función de la calificación por edad se determina la franja horaria en la que podrá emitirse cada programa.

### Satisfacción de la audiencia

- **Consulta diaria a hogares/individuos** a través de audímetros (Kantar Media)
- **Estudios cualitativos** - Focus Group (9 en 2017)
- **Estudios de neuromarketing+** cuestionarios de opinión (12 en 2017)



Para alinear la oferta televisiva a las preferencias de la audiencia...

Estudios sobre las preferencias de un grupo de espectadores

Estudios sobre el grado de conocimiento de los canales temáticos de la cadena

Análisis del posicionamiento de los canales temáticos en el mando de televisión, entre otros.



La **protección de la propiedad intelectual** viene dada por los contratos de cesión firmados con los productores de las obras y el registro por parte de Mediaset España de los nombres de todos los programas (sus marcas).

En el caso de las músicas que se crean para un programa específico de Mediaset España, éstas pasan a formar parte del catálogo de Grupo Editorial Telecinco. Se firma un contrato editorial con cada uno de los autores de dichos temas y 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.

En cuanto a la **divulgación de contenidos mediante la autopromoción** de los productos de Mediaset España, ésta depende de la división de Antena. Las líneas editoriales de las campañas de autopromoción se gestionan bajo la dirección y supervisión de la directora de Antena, junto con la Subdirección del Departamento de Autopromociones y con la colaboración de los Directores de Programación y de Marketing. Para ello, se establece una colaboración muy estrecha con los Departamentos de Producción Propia y de Ficción, así como con las productoras que realizan los programas, con el objetivo de alcanzar un consenso en los conceptos que se quieren promocionar, donde la finalidad de una campaña de promoción es atraer al máximo número de espectadores al programa.

Una vez definidas las líneas editoriales y consensuado el tipo de público al que deben dirigirse las campañas, el equipo creativo de la **Subdirección de Autopromociones** crea los diferentes elementos de la promoción, manteniendo una constante comunicación con la Dirección de la División de Antena, a efectos de su supervisión y con la finalidad de que se cumplan las directrices editoriales de las promociones definidas por Dirección de Mediaset España.

A efectos de potenciar la divulgación de contenidos, Mediaset España pone su programación a disposición de su audiencia también a través de la plataforma web, ampliando de este modo el abanico de posibilidades de acceso a los contenidos, que se ve complementado por los acuerdos para la difusión de contenidos propios a través de las nuevas plataformas de pago.

Con el objetivo de adecuar la calidad de los contenidos ofrecidos a las expectativas de la audiencia, Mediaset España lleva a cabo reuniones periódicas de análisis de la programación así como de las audiencias obtenidas, a la vez que encarga a empresas independientes la realización de estudios de mercado sobre contenidos televisivos. Estos estudios combinan análisis cualitativos con análisis de las redes sociales, junto con análisis característicos del sector audiovisual.

A EFECTOS DE POTENCIAR LA DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS, MEDIASET ESPAÑA PONE SU PROGRAMACIÓN A DISPOSICIÓN DE SU AUDIENCIA TAMBIÉN A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA WEB.

EN 2017, EL CONSUMO DE LOS CONTENIDOS DE MEDIASET ESPAÑA DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES (SMARTPHONES + TABLETS) HA CONFIRMADO SU TENDENCIA CRECIENTE.

## Gestión de los contenidos en Internet

El universo multimedia de la compañía está formado por las webs de las principales cabeceras (telecinco.es, cuatro.com, divinity.es, energytv.es, factoriadeficcion.com, bemad.es), Mitele.es (plataforma de TV en directo y a la carta de Mediaset), Radioset.es (web de la radio online de Mediaset), Eltiempohoy.es (web del tiempo de Mediaset), Mtmad.es (web de contenido exclusivo para internet de Mediaset), Yasss.es (web para jóvenes curiosos) y Mediaset.es (web de contenidos corporativos). A ello se suman las apps de sus principales contenidos (Mitele, Mediaset Sport, Gran Hermano y La Voz) y las redes sociales de cada canal, así como de cada programa o serie (Facebook, Twitter e Instagram). Todo ello enfocado a que el usuario pueda disfrutar de los contenidos cuando y donde quiera y pueda ser partícipe de ellos.

En 2017, el consumo de los contenidos de Mediaset desde dispositivos móviles (smartphones + tablets) ha confirmado su tendencia creciente, habiendo superado el 76% de los contenidos consumidos a través de plataformas digitales. Al igual que el año anterior, ha aumentado el consumo móvil y también el de aplicaciones, el de TV a la carta y en directo y el de TV conectada. En particular, el consumo en Smart TV ha superado en diciembre de 2017 los 680.00 visitantes únicos al mes, según Omniture.

Los contenidos de Mediaset España están disponibles a la carta inmediatamente después de la emisión del programa o la serie en TV y pueden ser consumidos, sin ningún coste para el usuario, en la web (PC, móviles y tablets) o a través de la app de Mitele, disponible en iOS y Android. Adicionalmente, en las propias webs los usuarios encuentran contenidos adicionales exclusivos que no se encuentran en ninguna otra plataforma, ampliando la vida de los contenidos.

En este escenario online donde existen cada vez más competidores y donde es necesario adaptarse tecnológicamente de forma rápida, Mediaset España ha acometido en 2017 una transformación tecnológica de envergadura, para que el diseño y la navegación de todas sus webs sea responsive.

A través de sus propias apps de Mediaset España, la audiencia toma decisiones importantes en los programas más vistos, a la vez que tienen la oportunidad de generar contenidos interviniendo en los concursos o iniciativas que requieren de su participación, a través del envío de respuestas, o bien, subiendo contenidos generados por ellos tales como fotos o vídeos, a los espacios de la plataforma web que se activan para iniciativas concretas (user generated content), que cuentan con



Todas las webs de Mediaset han estrenado diseño y arquitectura responsive en 2017, lo que las convierte en más navegables y accesibles desde cualquier dispositivo. Las mejoras tecnológicas incorporadas están enfocadas a conseguir una carga optimizada de los contenidos del Grupo. Además de eficaz, la carga de contenidos es progresiva en el nuevo entorno, de manera que los usuarios consumen datos móviles a medida que demandan información, a efectos de no sobrecargar ningún dispositivo (menor consumo de datos/ menor consumo de memoria y batería para los usuarios). El nuevo diseño también ha permitido mejorar la presencia de formatos publicitarios sin penalizar la navegación del usuario.

UN EQUIPO DE PERSONAS, EN DEPENDENCIA DE LA DIRECCIÓN DEL ÁREA MULTIPLATAFORMA, EVALÚA TODOS LOS COMENTARIOS RECIBIDOS Y LAS RESPUESTAS A LAS ENCUESTAS Y VOTACIONES LANZADAS A TRAVÉS DE LOS DISTINTOS MEDIOS HABILITADOS.

una moderación previa antes de su publicación. Del mismo modo, los usuarios pueden reflejar sus opiniones, quejas, sugerencias o preguntas a través de los distintos buzones de contacto de Mediaset España. De esta forma, a través de las distintas plataformas, tanto propias como externas, se recogen opiniones, se interactúa con los usuarios y se facilita la participación de estos en la creación de contenidos.

Un equipo de personas, en dependencia de la Dirección del Área Multiplataforma, evalúa todos los comentarios recibidos y las respuestas a las encuestas y votaciones lanzadas a través de los distintos medios habilitados, así como también atiende las solicitudes de la audiencia realizadas a través de las redes sociales, espacios de opinión abiertos a pie de las noticias, vídeos y fotografías, buzón de correo electrónico de atención continua al usuario u otros medios de comunicación utilizados. En función del tipo de comentario, este equipo evalúa las respuestas recibidas en coordinación con las productoras de cada contenido, o bien solicita al Departamento Jurídico de la compañía su asesoramiento. De este modo, la compañía incorpora y tiene en cuenta las opiniones e inquietudes de los usuarios y espectadores.

Para apoyar esta labor y facilitar la obtención de información que permita responder a las solicitudes de la audiencia, Mediaset España recibe diariamente alertas automatizadas con información relevante acerca de lo que se comenta en las distintas redes sociales sobre los contenidos de los canales de la compañía, realizando internamente toda la labor de moderación y control de los mismos.

#### Interacción con la audiencia

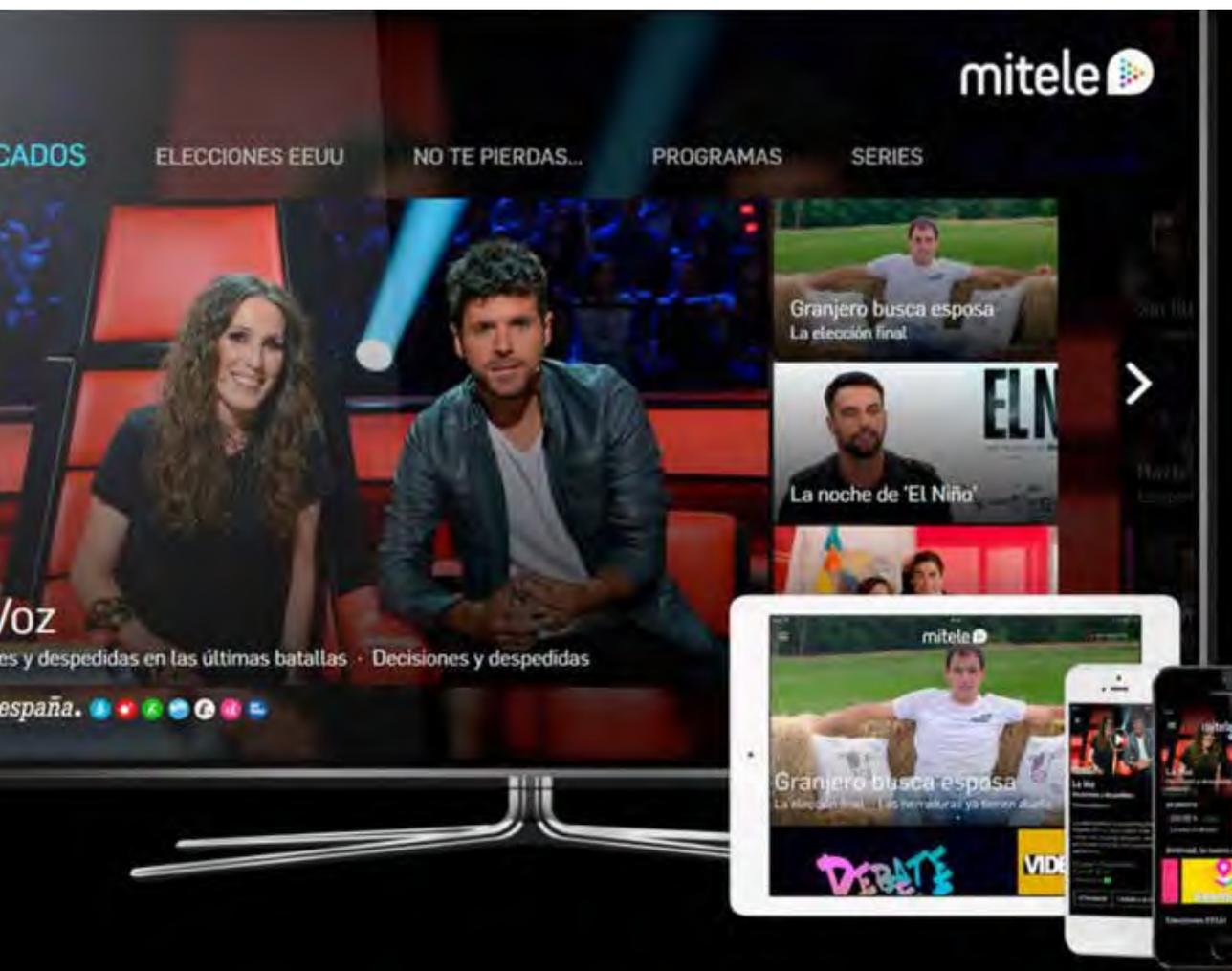
- Webs de cada cadena.
- Apps de los programas.
- Redes sociales de cada canal/programa.
- Buzones de contacto de Mediaset España.
- Encuestas, triviales o juegos interactivos (mediante Playbuzz)



**Por una parte, las plataformas digitales de Mediaset reproducen los contenidos que se emiten en cualquiera de las cadenas de televisión del grupo, por lo que se reproducen también los mecanismos para garantizar el respeto a los valores corporativos referentes a la creación de contenidos. Los responsables de las plataformas web velan para que en la edición posterior por parte del equipo de redactores web no haya ningún sesgo respecto al contenido original.**

**Por otra, generan contenido exclusivo, no sólo sobre los programas y series que se emiten en TV, sino también sobre contenidos al margen de la televisión, donde entran a funcionar los controles detallados precedentemente. Los usuarios que generan contenidos garantizan que son los titulares legítimos de los derechos de explotación sobre los contenidos que aportan y, por tanto, responsables de los mismos, autorizando a la compañía a comunicarlos públicamente a través de las distintas plataformas.**

**Mediaset España cuenta con procedimientos para controlar el flujo de contenidos a las distintas plataformas, para garantizar el debido ejercicio de los derechos de propiedad intelectual y se llevan a cabo auditorías técnicas para revisar su correcta aplicación. Adicionalmente, cuenta con un servicio externo de monitoreo de contenidos en Youtube, mediante el cual se rastrea y elimina de este canal todos aquellos contenidos propiedad del Grupo.**



**MEDIASET ESPAÑA UTILIZA AMPLIAMENTE LAS PLATAFORMAS DIGITALES COMO VÍAS DE DIVULGACIÓN DE SUS CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y COMO MECANISMOS DE INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA.**

Mediaset España está muy pendiente de la conversación en redes sociales, con una atención las 24 horas, no sólo para mantener la relación con sus usuarios, sino también para conocer lo que se habla sobre sus programas y series. A su vez, dispone de un Formulario de Contacto en cada una de las webs, a través del cual el usuario puede hacer llegar sus quejas, reclamaciones o sugerencias.



La generación de un entorno seguro de navegación para los menores se ve reflejada en la opción de Control Parental disponible en Mitele.es para los usuarios registrados, en todos los dispositivos. Por otra parte, en las webs con contenidos específicos para público infantil y juvenil la publicidad que se emite está segmentada para evitar la promoción de productos o servicios inadecuados para menores de edad y los contenidos son todos acorde a estos criterios para favorecer una navegación en un entorno seguro. Por ejemplo <http://www.mitele.es/teens> o <http://www.cuatro.com/generacionpro>

La protección de datos personales de los usuarios que interactúan en las webs y apps de Mediaset se ve garantizada por la rigurosa aplicación de la Política de Seguridad Corporativa. El marco de actuación que permite garantizar la protección de datos personales se desarrolla en el apartado "Protección de Datos".

En cuanto a los contenidos de publicidad emitidos en las webs de la compañía, Publiespaña lleva a cabo el control y supervisión de los mismos.

LA ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS CONSTITUYE UN ASPECTO FUNDAMENTAL DE LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

## Accesibilidad de los contenidos

La accesibilidad de los contenidos constituye un aspecto fundamental de la responsabilidad de los medios de comunicación. Por ello, Mediaset España mantiene año a año su compromiso de hacer accesible su programación a las personas con discapacidad visual o auditiva, como instrumento de integración social y cultural de estos colectivos.

En este sentido, a través de sus canales ha emitido multitud de series, películas y programas con subtítulos, traducidos en lengua de signos o con audiodescripción.

### Subtitulado emitido por cada una de las cadenas del Grupo

CANAL	TOTAL 2017
	6.546 horas
	5.586 horas
	5.521 horas
	5.797 horas
	6.163 horas
	6.389 horas
	5.941 Horas
	<b>41.943 Horas</b>

En 2017 las cadenas de Mediaset España han emitido más de 41.000 horas de programas subtitulados, habiendo incrementado en más de un 6% los contenidos emitidos bajo este formato, respecto del año anterior.



## Número de programas emitidos en 2017 por tipología de contenido

	Nº
Animación	73
Cine	1.294
Concursos	42
Dating	5
Deportes	6
Documentales	7
Docu-reality	145
Especiales	13
Eventos deportivos	25
Galas	5
Informativos	15
Magazines	16
Makeover	2
Musicales	10
Reality-show	22
Reportajes	9
Series	130
Talk-show	20
Zapping	8

El cine ha ocupado el 70% de los programas con subtítulo emitidos por las cadenas.

## Horas de contenidos emitidos con audiodescripción en 2017

	5	6	7	d.	E.	Boing	BE MAD	Total
ZAPPING	116:08:40	275:58:27	125:18:22	135:45:47	202:11:46		3:56:40	859:19:42
SERIES			668:31:07					668:31:07
DOCU-REALITY		185:02:02					80:55:52	265:57:54
ANIMACIÓN						131:38:23		131:38:23

Todos los canales emitieron contenidos con audiodescripción, alcanzando una emisión total de más de 1.920 horas bajo este formato, un 7% más respecto del año anterior.

## Horas de contenidos emitidos en lengua de signos en 2017

	5	6	7	d.	E.	Boing	BE MAD	Total
ZAPPING	116:08:40	275:58:27	125:18:22	135:45:47	202:11:46		3:56:40	859:19:42
DOCU-REALITY		185:35:19					80:55:52	266:31:11
ANIMACIÓN						131:38:23		131:38:23

En 2017 se han emitido más de 1.256 horas de contenidos traducidos en lengua de signos, casi un 30% más que el año anterior.

# GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La diversidad de los contenidos de los canales de Mediaset España y la propia dimensión empresarial de la compañía convierte su relación con los medios en una tarea estratégica.

La Dirección de Comunicación y Relaciones Externas es la encargada de promocionar y difundir los valores y el liderazgo de la compañía, sus fortalezas y sus principales actividades, así como de salvaguardar la reputación corporativa. En este sentido, enmarca su gestión en la aplicación de las recomendaciones del Código Deontológico de la Federación de Periodistas, del Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística y del Código Ético de la asociación de Directivos de la Comunicación.

A su vez, rige el desempeño de su actividad por los criterios de veracidad de la información, ética en las opiniones, transparencia y respeto a la orientación ideológica y editorial de los propietarios de los distintos medios de comunicación que se hacen eco de las numerosas noticias que genera la compañía.

## Mecanismos de Gestión de la Comunicación Corporativa

Participación en foros profesionales que recogen las tendencias del sector en distintas materias (comunicación, marketing, publicidad, contenidos audiovisuales, nuevas tecnologías de la información, etc.)

Reunión semanal de la Directora de Comunicación con el Consejero Delegado para abordar las estrategias de comunicación globales y puntuales.

Participación semanal de la Dirección de Comunicación en los Comités de Dirección.

Reuniones semanales con Directores de Programación y Producción, Directores de Producción de Contenidos, Producción Ejecutiva, Productores Delegados y responsables de las productoras, para crear los planes de comunicación de cada uno de los programas, series y contenido digital, siguiendo en su ejecución los criterios aportados por el Comité Editorial de Mediaset España y en consonancia con el Código Ético de la compañía.

Reuniones semanales con Directores de Marketing, Marketing Digital y estrategia Comercial de Publiespaña, para analizar y canalizar la comunicación de las acciones destinadas a la explotación publicitaria de los soportes de la compañía.

Reuniones periódicas con la Dirección de Relaciones Institucionales para analizar las conclusiones de los distintos encuentros como miembros del Comité de Autorregulación

Reuniones periódicas con la Dirección de Relación con Inversores y la Dirección Gral. Financiera, para analizar la evolución del mercado económico-bursátil.

Reuniones semanales de estrategia social con el equipo de Redes Sociales de Megamedia.

Reuniones internas de planificación estratégica, semanales y adicionalmente en función de las necesidades.

Reuniones periódicas con los responsables de Telecinco Cinema para trazar de forma conjunta, la mejor promoción posible de las películas que produce Telecinco Cinema, y la comunicación corporativa de la propia marca.

Monitorización diaria de las redes sociales a partir de los boletines periódicos con un resumen de lo más comentado en redes sociales durante el día, de informes diarios con las menciones más destacadas en las cuentas señaladas como influencers, del informe semanal con la mención a las marcas realizadas por prescriptores de la compañía y de los informes mensuales con el número de comentarios acumulados de Mediaset España y su competencia.

Elaboración de clippings de prensa impresa y online a diario, para el seguimiento de lo publicado sobre la compañía, valorar su impacto y generar informes cuantitativos de las noticias generadas.

## LA INFORMACIÓN GENERADA POR MEDIASET ESPAÑA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES RASTREADA, MONITORIZADA, ANALIZADA Y DIFUNDIDA INTERNAMENTE A TRAVÉS DE CLIPPINGS DIARIOS.

Desde la Dirección de Comunicación se establecen relaciones fluidas con el entorno de la comunicación desde el punto de vista periodístico y de líderes de opinión, con gestiones diarias desde la subdirección de Prensa. Las cuentas corporativas en las redes sociales son canales de comunicación bidireccionales que permiten a la compañía escuchar, conocer, informar, comunicar, interactuar y promocionar novedades de forma inmediata. La interacción de los usuarios con las cuentas corporativas aporta a Mediaset España un conocimiento muy valioso de sus seguidores y la posibilidad de tener un feedback inmediato de sus gustos y preferencias, así como dar respuesta a sus inquietudes o planteamientos posibilidades de respuesta y de desarrollar estrategias de comunicación y marketing ad hoc.

La información generada por Mediaset España en los medios de comunicación es rastreada, monitorizada, analizada y difundida internamente a través de clippings diarios. Se estima que la compañía genera más de 100.000 impactos anuales en los medios, lo que la sitúa entre las compañías españolas que generan mayor volumen de información, de acuerdo con MyNews. Tal notoriedad y exposición requiere de una labor de continuo seguimiento para la salvaguarda de la reputación corporativa.

Todo el trabajo del Gabinete de Prensa es publicado en la web de acceso libre [Mediaset.es/Mediasetcom](http://Mediaset.es/Mediasetcom), microsite que en 2017 ha estrenado un diseño responsive. En ella se actualizan a diario los contenidos en función de las notas de prensa enviadas, los dossiers, el material fotográfico y audiovisual y, en general, toda la información de relevancia sobre los contenidos, la actividad de las sociedades, las campañas sociales y las noticias corporativas e institucionales de la compañía.

Junto a esta web, la subdirección de Prensa cuenta con una plataforma externa de distribución del contenido a medios. Una herramienta que ofrece bajo suscripción a profesionales, con visualización previa, todos los materiales para descargar en distintos formatos y calidades, todo ello con un sistema responsive adaptado a su visionado y descarga desde cualquier dispositivo PC, MAC, móvil y tablet, tanto Android como IOS.

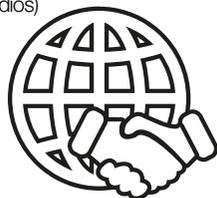
Además, en 2017 ha desarrollado una app de uso interno para directivos, empleados y presentadores de Mediaset España, con toda la información oficial de la compañía, las convocatorias, resúmenes de prensa, videos promocionales, enlace a los principales sites corporativos y una galería fotográfica descargable, entre otros contenidos, para mantener informados a diario a todos sus usuarios desde sus dispositivos móviles.

De la Dirección de Comunicación depende también desde 2017 la gestión de los contenidos de la web [Mediaset.es](http://Mediaset.es), ventana de presentación de la compañía. Los usuarios acceden desde esta página online a la información más relevante que generan las distintas divisiones de la empresa -resultados financieros, audiencias-, así como a la Sala de Prensa o al Portal de Empleo.

Por otra parte, la Subdirección de Medios Online realiza la web [Telemania.es](http://Telemania.es), portal que recoge la actualidad del sector de los medios, con especial atención al negocio audiovisual. La página ofrece a los profesionales y resto de usuarios una completa información sobre las audiencias de televisión, así como las noticias y análisis más relevantes sobre la comunicación. En 2017, [Telemania.es](http://Telemania.es) ha completado su

### Participación en agentes específicos del sector medios

- ICMEDIA (Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios)
- OCTA (Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales)
- Comité de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia
- UTECA (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas)
- UER (Unión Europea de Radiodifusores).
- ECTA (European Competitive Telecommunications Association)
- Marca España





TODAS LAS CAMPAÑAS SE PLANIFICAN EN TODOS LOS CANALES DE MEDIASET ESPAÑA, INCLUIDO BOING SIEMPRE QUE LA CUESTIÓN RESULTE APTA PARA EL TARGET DEL CANAL.

rediseño responsive para facilitar el acceso a la web desde todo tipo de dispositivos.

La Subdirección de Imagen Corporativa desarrolla todos los elementos de identidad visual tanto de canales como de productos institucionales (merchandising, regalos institucionales, elementos de papelería corporativa etc.) Desde esta subdirección se diseñan, se producen y se coordinan las iniciativas de brand marketing en colaboración con Publiespaña para reforzar la fidelización de clientes a través de acciones especiales que vinculen los valores asociados a Mediaset España, a sus canales y a sus productos con anunciantes. También dependen de esta subdirección todas las acciones de relaciones externas de la compañía, entre las que destacan las premieres de las películas producidas por Telecinco Cinema. Para estos eventos se elabora una estrategia global, coordinada con la Dirección General de Contenidos y la División de Cine, que da como resultado la realización de eventos únicos en los que la innovación y la espectacularidad son piezas fundamentales.

A su vez, la subdirección de Imagen Corporativa diseña la estrategia de la iniciativa 12 Meses y desarrolla creativamente todos los materiales que componen cada una de sus iniciativas de sensibilización social y produce todos los elementos que las componen. Todas las campañas se enmarcan dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS) y se basan en criterios de universalidad con el fin último de generar debate social para promover cambios. Esta subdirección también desarrolla los contenidos de [www.12meses.es](http://www.12meses.es) y coordina la comunicación social de la compañía a través de las redes sociales de 12 Meses. Todas las campañas se planifican en todos los canales de Mediaset España, incluido Boing siempre que la cuestión resulte apta para el target del canal. Cuando es así, la comunicación se adapta específicamente para este público cumpliendo con todas las garantías de protección del menor. A efectos de amplificar al máximo el mensaje de 12 Meses, antes de su lanzamiento se mantienen reuniones con la División de Antena, la División de Producción de Contenidos, la División de Informativos y la Dirección Multiplataforma, para establecer pautas de comunicación, teniendo en cuenta la idiosincrasia de cada uno de los programas y canales de Mediaset España.

#### Cuenta @Mediasetcom



130.586 SEGUIDORES



146.271 SEGUIDORES



99.615 SEGUIDORES

#### Cuenta @Telemania



7.354 SEGUIDORES



3.387 SEGUIDORES

#### Cuenta @12\_meses



15.642 SEGUIDORES



28.557 SEGUIDORES

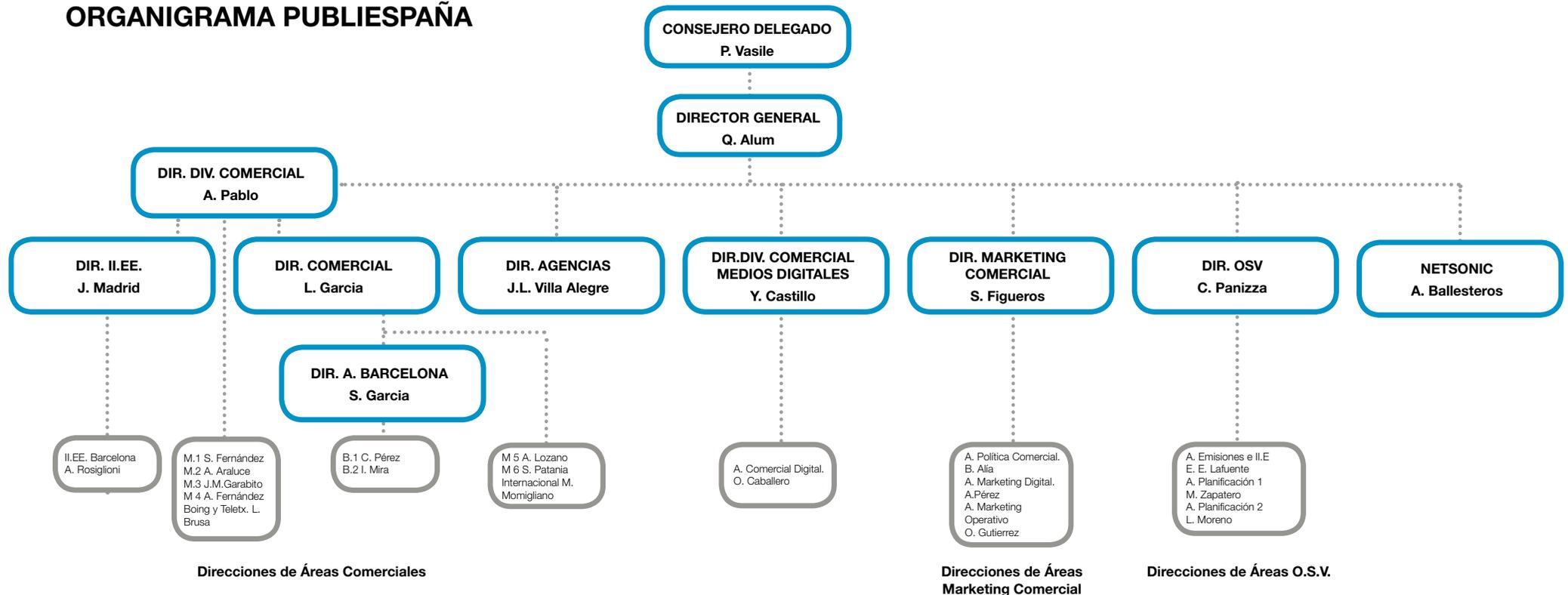


5.052 SEGUIDORES

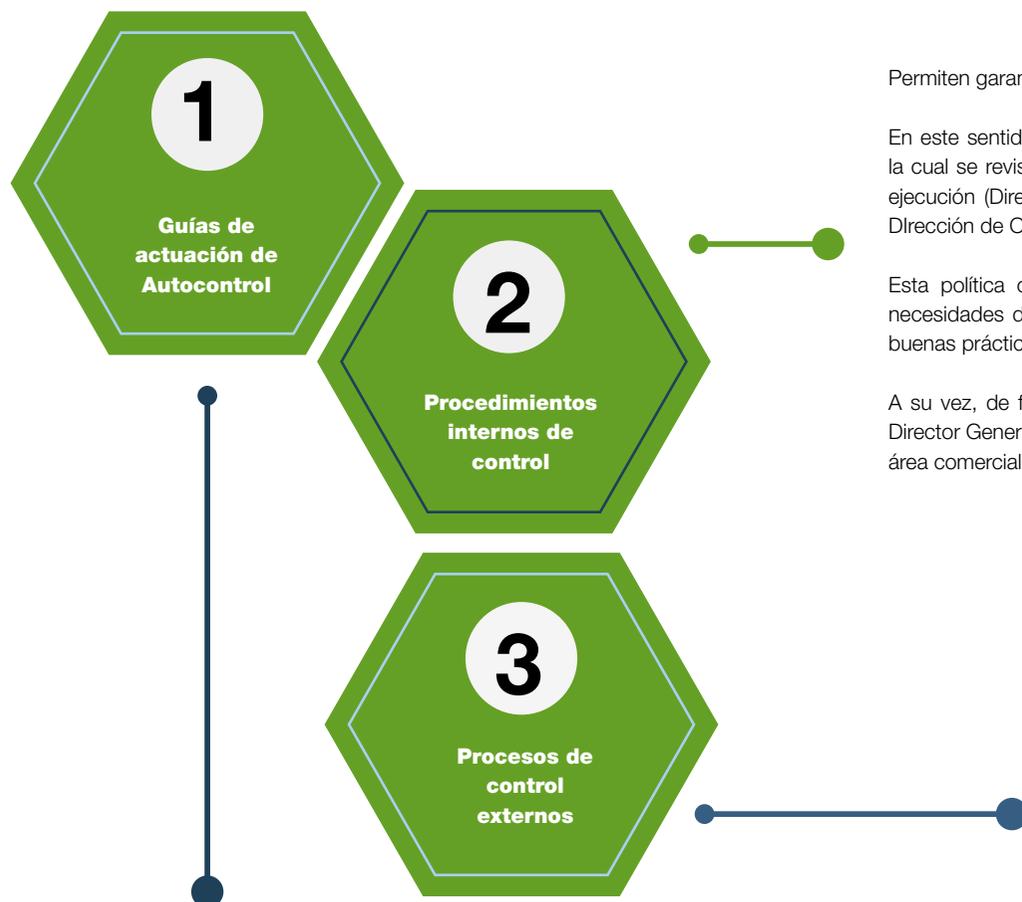
# GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD

La diversidad de los contenidos de los canales de Mediaset España y la propia dimensión Mediaset España considera que la emisión y gestión responsable de la publicidad, elemento fundamental del negocio, es imprescindible para la sostenibilidad del mismo y por ello, tiene implantados mecanismos de gestión y control específicos dirigidos a garantizar su consecución. La actividad publicitaria del Grupo se desarrolla a través de Publiespaña, y se enmarca en el estricto cumplimiento de la legislación vigente, el seguimiento de las guías de actuación definidas por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (en adelante, Autocontrol), a la cual la compañía se encuentra adherida desde sus inicios en 1995, y en la aplicación de sólidos mecanismos de control interno.

## ORGANIGRAMA PUBLIESPAÑA



## Mecanismos de control



Regulan los contenidos televisivos e infancia, publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud, argumentos ambientales en comunicaciones comerciales, publicidad infantil de juguetes, promoción de medicamentos, comercio electrónico y publicidad interactiva, bebidas espirituosas, servicios de tarificación adicional, entre otros muchos asuntos.

Permiten garantizar el cumplimiento tanto de la legislación vigente como de los códigos emitidos por Autocontrol.

En este sentido, se diseña una política comercial trimestral que define el tipo de contenidos publicitarios a emitir, la cual se revisa y monitoriza semanalmente por parte de la Dirección General y las Direcciones que controlan su ejecución (Dirección Comercial, Dirección Medios Digitales, Dirección Agencias, Dirección Marketing Comercial y Dirección de Operaciones y Servicio de Ventas).

Esta política comercial se define 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.

A su vez, de forma semanal, el Comité de Dirección de la compañía, compuesto por el Consejero Delegado, el Director General y los Directores de División, se reúne para coordinar todas las iniciativas y posibles sinergias entre el área comercial y el área editorial, entre otros asuntos.

Aseguran el ejercicio de una labor responsable, mediante el sometimiento voluntario de la publicidad al control independiente realizado por Autocontrol.

El proceso de control de contenidos por parte de Autocontrol puede plantearse tanto con carácter previo a la emisión de contenidos publicitarios, como posterior, ante el planteamiento de eventuales controversias o reclamaciones presentadas.

Como consulta previa a la emisión, cuando Publiespaña detecta que algún anuncio solicitado por un cliente puede incumplir la normativa vigente o los Códigos de autorregulación de contenidos y de publicidad a los que Mediaset España está adherida, solicita un informe previo sobre su corrección deontológica y legal al Gabinete Técnico de Autocontrol (Copy Advice). El dictamen que emita Autocontrol es aceptado por la compañía y, si éste recomienda la no emisión de la publicidad, se suspende la campaña publicitaria.



Para más información  
sobre materias reguladas  
consultar

[http://www.autocontrol.es/  
que\\_codigos.shtml](http://www.autocontrol.es/que_codigos.shtml)

Para garantizar el cumplimiento de la normativa aplicable, Publiespaña está continuamente adaptándose a las novedades legislativas que afectan a su actividad. En 2017, entre las principales modificaciones normativas que pueden tener un impacto en el negocio publicitario ha sido es el Real Decreto Ley 17/2017, de 17 de noviembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de productos del tabaco. Este Real decreto equipara la publicidad de cigarrillos electrónicos y la de sus dispositivos de recarga a la del tabaco y por tanto, prohibiendo la misma.

A efectos de garantizar la adecuada aplicación de las Guías de Autocontrol, en 2017 Publiespaña ha solicitado 1.411 consultas previas (Copy Advice) al Gabinete Técnico de Autocontrol en relación a piezas publicitarias con carácter previo a su emisión, 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. Estas consultas previas se realizan con el objetivo de identificar la existencia de cualquier elemento que deba ser modificado de acuerdo a los reglamentos de AUTOCONTROL, a efectos de realizar las modificaciones pertinentes antes de la realización final de la pieza publicitaria. En dichas consultas previas se solicita un informe sobre una pieza publicitaria concreta.

Por otra parte, Publiespaña ha realizado 124 consultas legales al Gabinete Técnico, previo a la realización de los spot publicitarios. Las cuestiones sobre las que se han planteado las consultas más significativas han sido alimentos y bebidas, salud, ocio, cultura, juegos, tiempo libre y deporte.

1.411  
CONSULTAS

1.033

NO SE APRECIAN  
INCONVENIENTES AL CONTENIDO DEL ANUNCIO

308

SE RECOMIENDA INTRODUCIR  
MODIFICACIONES EN EL ANUNCIO

70

SE DESACONSEJA LA DIFUSIÓN DEL  
ANUNCIO



# GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

**EL GRUPO MEDIASET ESPAÑA GARANTIZA EL MANTENIMIENTO DE UN CLIMA LABORAL AFABLE, VENTAJOSO PARA LA PLANTILLA Y ESTABILIZADOR PARA EL NEGOCIO.**

Uno de los pilares del liderazgo de Mediaset España es el talento de sus profesionales. Por ello, la Dirección de Recursos Humanos tiene como prioridad una adecuada estrategia de Employer Branding para atraer al talento externo y comprometer al talento interno. Ésta se complementa con la estrecha relación que mantiene la compañía con los principales centros de formación del país, de cara a mantener el flujo de jóvenes que realizan prácticas en las empresas del Grupo y constituyen la base de la cantera para la cobertura de necesidades coyunturales y el relevo de profesionales de continuidad.

Por su parte, Los Convenios Colectivos vigentes en las empresas del Grupo garantizan el mantenimiento de un clima laboral afable, ventajoso para la plantilla y estabilizador para el negocio.

A su vez, las medidas de conciliación y beneficios sociales del personal de estructura, junto con la aplicación de un completo Plan de Igualdad, generan satisfacción, estabilidad y una práctica paridad en la plantilla. Asimismo, las acciones de formación permiten desarrollar el potencial de la plantilla y garantizar su adecuación a las necesidades del negocio en cada momento.

## Employer Branding

A través de la estrategia de Employer Branding (EB) la compañía busca la identificación de la imagen de Mediaset España como marca empleadora para atraer nuevo talento externo y mejorar el orgullo de pertenencia y el compromiso de la plantilla actual.

En los últimos años, en los que el Grupo ha crecido y ha generado la necesidad de nuevos perfiles profesionales, la compañía ha impulsado medidas destinadas a alcanzar ese objetivo tales como una cuidada Política de Becarios y alumnos en prácticas, la reedición año tras año del Master en Creación y Gestión de contenidos audiovisuales, la participación activa en eventos externos de gran afluencia de jóvenes profesionales, el nombramiento de una Responsable interna para la gestión del EB, la difusión del proyecto en Redes Sociales, o la creación de un Portal de empleo propio, con una mayor visibilidad a los apartados “Trabaja con nosotros” y la inserción de vídeos testimoniales de trabajadores del Grupo dirigidos a los potenciales candidatos.

## Negociación colectiva

La negociación colectiva está ampliamente reconocida y garantizada en las empresas del Grupo. Los Convenios Colectivos de aplicación en las distintas sociedades del Grupo respetan y aplican las disposiciones legales y marcos convencionales de referencia dentro de los sectores aplicables a las distintas empresas del Grupo, según su actividad. La Comisión Mixta de interpretación del Convenio Colectivo es el órgano paritario creado para resolver los conflictos laborales derivados de la interpretación y aplicación del Convenio Colectivo.

Por su parte, la División de Recursos Humanos, en coordinación con los Directores de las diferentes áreas de las empresas del Grupo, tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de la normativa que resulte de aplicación a cada una de las sociedades.

El Convenio Colectivo de cada una de las empresas del Grupo alcanza tanto a trabajadores fijos como a trabajadores temporales que han sido contratados directamente por Mediaset España. Los trabajadores contratados a través de una ETT están cubiertos por las disposiciones del convenio de ésta y por las que por ley le aplican del Convenio de la empresa usuaria.

## Convenios Colectivos de aplicación

Mediaset España	XI Convenio Colectivo de Mediaset España. Vigencia 2014-2017. Denunciado por la parte social el 5/10/2017, y constituida la Mesa Negociadora el 24/10/2017.
Publiespaña	Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016. Actualmente denunciado.
Telecinco cinema	Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid (vigencia 2013-2017), si bien los trabajadores tienen reconocidas mejoras establecidas por el Convenio Colectivo de Mediaset España vigente en cada momento.
Conecta 5	Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid. Vigencia 2013-2017
Netsonic	Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016. Actualmente denunciado.



### En el Convenio Colectivo de Mediaset España se determinan ciertas especificaciones en cuanto a los plazos de preaviso, entre las que se encuentran las siguientes:

Comunicación del trabajador de baja voluntaria en la empresa.	→	Mínimo 15 días.
Solicitud del trabajador de excedencia voluntaria, así como notificación a la empresa para la reincorporación posterior.	→	Mínimo de 45 días.
Fijación del calendario de vacaciones por acuerdo entre el Comité de Empresa y la Dirección de la Empresa.	→	En el primer cuatrimestre de cada año.
Períodos de prueba para nuevas incorporaciones.	→	La duración de los periodos de prueba se fijan en función de los niveles salariales: 6 meses para técnicos titulados, 3 meses para los demás, y 15 días para el personal no cualificado.
Comunicación al Comité de Empresa del procedimiento establecido de convocatoria interna para cubrir puestos de nueva creación.	→	Mínimo con 2 días hábiles de antelación a la fecha de la convocatoria interna.
Plazo de presentación de candidatos a convocatoria interna.	→	Mínimo de 5 días.
Imposición de sanciones, faltas graves y muy graves.	→	Obligatoria tramitación previa de expediente contradictorio comunicada al interesado y a los representantes de los trabajadores.
Planificación de los turnos.	→	Como mínimo antelación mensual, dándose a conocer a los interesados con una antelación mínima de 2 semanas.
Horario por convocatoria (que afecta fundamentalmente al personal asignado a plató, estudios, producción, realización y servicios artísticos).	→	Las alteraciones horarias deben darse a conocer al trabajador con carácter habitual con un mínimo de 12 horas sobre el comienzo de la jornada.
Propuesta de la aplicación del horario intensivo de verano, Semana Santa, y Navidad, que debe efectuarse por el Director de cada departamento.	→	Antelación de 20 días sobre la fecha de inicio.
Bolsa de 25 horas retribuidas.	→	Exigible previo aviso al superior inmediato y justificación del tiempo empleado.
Solicitud inicio y fin Reducción Jornada Guarda Legal.	→	Mínimo de 15 días.
Denuncia del Convenio Colectivo.	→	Un mínimo de 2 meses de antelación al término de su período de vigencia o al de cualquiera de sus prórrogas. En caso contrario, se entenderá prorrogado de forma tácita.

### Por su parte, el Convenio del Sector Publicidad y el del Sector Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid también estipulan especificaciones en cuanto a los plazos de preaviso, entre las que se encuentran las siguientes:

	Convenio de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid	Convenio Publicidad
Comunicación Cese Voluntario	→ Inexistencia de preaviso	Directores, Jefaturas y Personal Técnico: 1 mes. Personal Administrativo: 15 días. Personal de oficios y no cualificados: 1 semana.
Excedencia Voluntaria	→ Inexistencia de preaviso	La solicitud de reingreso deberá realizarse dentro del periodo de excedencia.
Excedencia Forzosa	→ Inexistencia de preaviso	Solicitud reingreso en el mes siguiente al cese del cargo.
Licencias sin sueldo	→ Inexistencia de preaviso	Mínima de 15 días.
Vacaciones	→ Confección calendario en el mes de Enero.	2 meses antes del comienzo de su disfrute.
Períodos de Prueba	→ Personal Titulado: 6 meses. Personal no cualificado: 1 mes. Resto Personal: 2 meses.	Directivos, Jefaturas y Personal Técnico: 6 meses. Personal Administrativo: 2 meses. Personal de oficios y no cualificados: 1 mes.
Faltas Graves y Muy Graves	→ Apertura Expediente Contradictorio solo en los casos de representante legal o Delegado Sindical.	Con carácter previo a la imposición, comunicación al trabajador y a la representación legal.

### Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

En las empresas del Grupo quedan implementados los distintos convenios fundamentales de la OIT ratificados por España, mediante la respetuosa aplicación de las normas legislativas, convencionales y reglamentarias de aplicación.

- **Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación.** Mediaset España cuenta con un Comité de Empresa y Delegados sindicales con presencia en dicho Comité, resultando elegido en los procesos de elecciones sindicales que se celebran por iniciativa de alguno de los sindicatos que lo componen, cada cuatro años.
- **Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva.** Mediaset España cuenta con convenio colectivo propio, resultado de la negociación colectiva con la representación legal de los trabajadores.
- **Convenio sobre el trabajo forzoso.** Mediaset España garantiza la no existencia de trabajo forzoso mediante la aplicación de los procedimientos y normativa interna, el Código Ético, aplicación de los convenios colectivos así como el estricto cumplimiento de la legislación vigente.
- **Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso.**
- **Convenio sobre la edad mínima.** Mediaset España respeta la legalidad vigente, con prohibición de trabajo para menores, salvo en actividades artísticas. En las empresas del Grupo, y en aquellos casos en que se cuente con la participación de menores en actividades artísticas, se tramita la correspondiente autorización de participación éstos en espectáculos públicos y se siguen estrictamente los criterios y procedimientos establecidos por la Consejería Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, y se adoptan las medidas especiales necesarias para su protección en materia de salud y seguridad, así como los procesos formativos adecuados.
- **Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil.**
- **Convenio sobre igualdad de remuneración.** En las empresas del Grupo se cuenta con planes de igualdad que incluyen la realización de estudios retributivos que, a la fecha, no han mostrado situaciones que pudieran considerarse discriminatorias o constitutivas de una desigualdad en el ámbito laboral por razón de sexo.
- **Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación).** Mediaset España cuenta con procedimientos y órganos que velan por el correcto cumplimiento y aplicación de las normas. Entre otros, el Código Ético, el Canal de Denuncias, los Planes de Igualdad, la Comisión de Igualdad y el Agente de igualdad, el Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso, el Comité de Seguridad y Salud o el Servicio de Prevención Mancomunado (SPM).

La compañía gestiona los plazos mínimos de preaviso que afectan a los trabajadores y los procedimientos pertinentes ante cambios organizativos de acuerdo al estricto cumplimiento de los plazos previstos para cada una de las materias dentro del ámbito laboral, bien en el Estatuto de los Trabajadores, en los Convenios Colectivos vigentes o en cualquier otra norma que resulta de aplicación. Al ser plazos de preaviso legal o convencionalmente establecidos, se garantiza su cumplimiento por la propia eficacia del convenio o norma que los contempla.

Por otra parte, tanto el ejercicio de la libertad de asociación como el de la libertad sindical son derechos fundamentales que han sido siempre reconocidos y respetados por la compañía, y se refleja en la representación unitaria y sindical con la que cuenta la plantilla, ejercida a través del Comité de Empresa.

## Igualdad de oportunidades, no discriminación y tolerancia cero ante el acoso laboral

Las distintas empresas que integran el Grupo cuentan con medidas específicas para garantizar el compromiso asumido en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación. En este sentido, el Código Ético, los Planes de Igualdad, los Convenios Colectivos y las medidas para eliminar y prevenir las situaciones de acoso en el entorno laboral conforman el robusto marco de actuación que respalda y refuerza el efectivo cumplimiento del compromiso en esta materia.

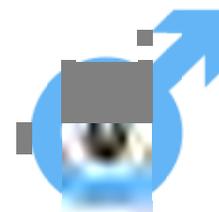
### Código Ético:

recoge la garantía y el respeto del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación de cualquier índole, especialmente en todo lo referente al acceso al empleo, las condiciones de trabajo, la formación, el desarrollo y la promoción de profesionales.



### Comisión de Igualdad:

constituida de forma paritaria por representantes de la empresa y representantes sociales, su misión es la de velar por la correcta implantación y el seguimiento de los Planes de Igualdad vigentes en cada momento.



### Planes de Igualdad:

su principal objetivo es garantizar el respeto de la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los ámbitos laborales y prevenir cualquier situación discriminatoria en el ámbito laboral. Los propios planes contienen medidas para la autoevaluación y el seguimiento que avalan que, tanto la Dirección de la empresa como la Comisión de Igualdad en su caso, velarán por su correcta aplicación y cumplimiento, y analizarán el grado de

consecución de los objetivos establecidos.

**Agente de Igualdad:** desarrolla una función de soporte y orientación sobre las medidas establecidas en los Planes de Igualdad, así como labores de seguimiento e información del grado de implantación de los mismos.

## EN LO QUE RESPECTA A LAS RETRIBUCIONES, MEDIASET ESPAÑA GARANTIZA UN TRATO IGUALITARIO A TODOS SUS TRABAJADORES ATENDIENDO A LA CATEGORÍA LABORAL.

Tanto los planes como los procedimientos en materia de igualdad y no discriminación se difunden entre toda la plantilla a través de los canales internos de comunicación, principalmente a través de las circulares informativas, la intranet corporativa y el Portal del Empleado, donde existe un apartado específico de "Igualdad" en el que se encuentra publicado el contenido íntegro de todos los Planes de Igualdad y de los Procedimientos para la Gestión de Riesgos Psicosociales y las situaciones de Acoso en el entorno laboral.

El Procedimiento para la Gestión de los Riesgos Psicosociales y situaciones de Acoso en el entorno laboral aborda fundamentalmente las siguientes materias:

- Declaración empresarial de principios de igualdad de trato y no discriminación.
- Medidas preventivas orientadas a actuar en el origen de los riesgos.
- Desarrollo de procedimientos de intervención específicos.
- Seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo.



En lo que respecta a las retribuciones, Mediaset España garantiza un trato igualitario a todos sus trabajadores atendiendo a la categoría laboral. En este sentido, los Convenios Colectivos aplicables a las distintas empresas del Grupo 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. Por tanto, 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 sexo o cualquier otra característica particular del empleado.

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, complemento que se negocia independientemente del sexo del trabajador.

Anualmente, la Dirección de RR. HH realiza un informe sobre las retribuciones, el cual se entrega a la Representación de los Trabajadores.

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.

Dicha política se encuentra recogida en el Código Ético de Mediaset España que es aplicable y de obligado cumplimiento por todos sus empleados, directivos, miembros del Consejo de Administración y empresas participadas, que entró en vigor el 1 de enero de 2012 y que ha sido revisado y actualizado con fecha 22 de diciembre de 2016. A su vez, el Procedimiento para la Gestión de los Riesgos Psicosociales y situaciones de Acoso en el entorno laboral establece el marco de gestión para la efectiva aplicación del compromiso de tolerancia cero ante el acoso laboral.

LA COMPAÑÍA REFUERZA ANUALMENTE SU COMPROMISO CON LOS BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIDAS DE CONCILIACIÓN OFRECIDOS A LA PLANTILLA, RECOGIDOS EN LOS CONVENIOS COLECTIVOS Y EN LOS PLANES DE IGUALDAD APLICABLES A CADA EMPRESA DEL GRUPO.



Para más información sobre los Beneficios sociales y medidas de conciliación disponibles, pinche aquí

## Beneficios sociales y medidas de conciliación

La compañía refuerza anualmente su compromiso con los beneficios sociales y medidas de conciliación ofrecidos a la plantilla, recogidos en los Convenios Colectivos y en los Planes de Igualdad aplicables a cada empresa del Grupo. Los mismos se ofrecen a la plantilla, independientemente del tipo de jornada o contrato de trabajo.

Únicamente en el caso de determinados obsequios de empresa no recogidos en Convenio tales como la cesta o los juguetes de navidad, se exige a todos los trabajadores, fijos o temporales, el cumplimiento de determinadas condiciones tales como coincidir la prestación de servicios y la situación de alta con el momento de la entrega del obsequio y en el caso de los temporales, haber cumplido con un período mínimo acumulado de trabajo en el año natural que corresponda.



## Formación

La formación de la plantilla es fundamental para lograr el máximo desarrollo de las capacidades y el talento requerido para mantener el liderazgo que caracteriza a la compañía.

La Subdirección de desarrollo de Recursos Humanos elabora un plan de formación, a partir de las directrices que marca la dirección de la compañía en cada ejercicio y de las demandas generadas por la evolución de los puestos de trabajo. Una vez aprobado el Plan por la Dirección, se planifica y se ponen en marcha las actividades. Terminado el primer semestre del año, se revisa el Plan a efectos de corregir desvíos o incluir nuevas acciones.

En la definición del catálogo de formación se tiene en cuenta, por un lado, la formación de tipo obligatoria que deben realizar los trabajadores, tanto a nivel global de toda la plantilla como de colectivos específicos, como puede ser la formación en Prevención de Riesgos Laborales, Prevención en Blanqueo de Capitales, actualización fiscal y contable, entre otra. Y por otro, se revisan tanto las necesidades que no pudieran cubrirse durante el año anterior, como aquellas nuevas que se hayan detectado a través de reuniones con los directivos del Grupo.

Desde el portal del empleado, la plantilla puede acceder al catálogo de formación vigente y solicitar toda aquella acción formativa que considere necesaria para el desempeño de su puesto. Las solicitudes de formación son validadas por la Subdirección de Desarrollo y Recursos Humanos, quien valora que los cursos solicitados tengan relación con la actividad presente o futura de quien los solicita.

A efectos de garantizar la calidad de la formación impartida y permitir la mejora continua de la misma, al finalizar los programas formativos se mide el grado de satisfacción de los empleados respecto a la formación recibida mediante la utilización de cuestionarios de evaluación. A su vez, para valorar el correcto aprovechamiento de los cursos por parte de los trabajadores, se realizan evaluaciones, pruebas de suficiencia y seguimiento del progreso en el cumplimiento de la formación correspondiente, a la vez que se mantienen reuniones con los responsables de las áreas correspondientes a efectos de detectar futuras necesidades formativas en sus equipos.



Para más información sobre la Cátedra en Medios Audiovisuales, pinche el siguiente link

<http://catedramediosaudiovisuales.es/>



La contribución de Mediaset España en la generación de conocimientos en el sector audiovisual a nivel externo se materializa 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 formación impartida responde a los requerimientos y a las necesidades actuales del sector audiovisual y permite al profesional, dada la amplia experiencia del claustro y el enfoque eminentemente práctico de la metodología aplicada en las clases, progresar en este sector gracias a la alta cualificación adquirida a la finalización del curso.

A su vez, la Cátedra Mediaset-UEM (Universidad Europea de Madrid), creada en 2013, tiene el cometido de crear sinergias de colaboración, canalizar actividades de formación y acometer proyectos de investigación, entre ambas organizaciones en pos del desarrollo del negocio audiovisual.

Por su parte, 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.

EL COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD ES EL ÓRGANO DESTINADO A LA CONSULTA REGULAR Y PERIÓDICA DE LAS ACTUACIONES DE LA EMPRESA EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.



Las actividades relativas a la gestión del equipo humano se encuentran desarrolladas en el apartado “Modelo de Negocio- Equipo Humano” de este documento. Para más información, pinche aquí.

## Evaluación del desempeño

El Sistema de Evaluación del Desempeño permite analizar, de forma sistemática y pautada, las actividades y responsabilidades que se han acometido a lo largo del año y, a su vez, definir acciones futuras de cara al desarrollo de los equipos de trabajo.

Este proceso se realiza a través de una herramienta específica para este propósito disponible en el Portal del empleado, lo que aporta mayor agilidad al proceso de evaluación, mayor fiabilidad en los datos históricos, así como una total transparencia en los resultados. Los resultados de las evaluaciones son tenidos en cuenta de cara a las decisiones sobre el desarrollo profesional de los empleados y sobre la identificación de necesidades de formación

## Prevención de riesgos laborales

En Mediaset España la Seguridad y Salud en el Trabajo (en adelante, SST) se regula y garantiza mediante el Plan de Prevención de Riesgos Laborales. El Plan, elaborado por el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo (en adelante, SPM) con la participación del Comité de Seguridad y Salud, es aprobado por la Dirección de Recursos Humanos y Servicios y entregado a los Delegados de Prevención.

Por su parte, el Convenio Colectivo de Mediaset España establece provisiones en materia de salud y seguridad. En su Capítulo XI sobre Seguridad e Higiene en el Trabajo, recoge asuntos tales como la puesta a disposición de los trabajadores de una revisión médica anual y del derecho de ser informados de los reconocimientos médicos que se le efectúen, entre otros.

El Plan de Prevención de Riesgos Laborales garantiza el cumplimiento por parte de la compañía de las disposiciones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, así como de los requisitos establecidos en la norma de calidad para prevención de riesgos laborales OHSAS 18.001, cumpliendo con las disposiciones previstas en una legislación cada vez más exigente y fomentando las buenas prácticas de SST entre sus empleados.

A partir de los objetivos definidos en el Plan de Prevención, el SPM elabora el Plan Anual de la Actividad Preventiva en el que se establecen los programas y actividades necesarios a desarrollar durante el año en

curso para alcanzar los objetivos definidos en el Plan de Prevención. Dicha planificación se entrega a los Delegados de Prevención a principios de cada ejercicio y se revisa trimestralmente por parte del Comité de Seguridad y Salud.

Adicionalmente, el SPM lleva a cabo actividades no planificadas inicialmente en el Plan Anual de Actividad Preventiva, pero que debido a modificaciones normativas, cambios en las actividades u otros motivos derivados de la propia naturaleza del negocio, resultan necesarias.

A su vez, la compañía cuenta con un Manual de Procedimientos que aborda distintos aspectos de la SST, desde la coordinación de actividades empresariales a la adquisición y compra de productos, o la incorporación efectiva de nuevos requerimientos normativos relacionados con la evaluación de riesgos por exposición a radiaciones ópticas, entre otros asuntos.

Por su parte, el Comité de Seguridad y Salud es el órgano destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de Prevención de Riesgos Laborales. Entre sus competencias se incluyen la participación en la elaboración, aplicación y evaluación de los planes y programas de prevención de riesgos en la compañía, así como la promoción de iniciativas sobre métodos y procedimientos para la efectiva prevención de los riesgos, proponiendo a la Dirección de la Empresa la mejora de las condiciones o la corrección de las deficiencias existentes.

Dicho Comité consta de 10 participantes, integrado de forma paritaria por los Delegados de Prevención (representantes de los trabajadores, elegidos para desempeñar ese rol) y los representantes de la empresa, y en él se encuentra representada la totalidad del personal de Mediaset España. El resto de empresas del Grupo carecen de este tipo de Comité, al no contar con representación legal de los trabajadores, si bien la totalidad de la plantilla de las empresas del Grupo ven garantizada la adecuada protección de su seguridad y salud a través del SPM, responsable de llevar a cabo la labor de prevención en este ámbito.

El Comité se reúne en sesiones ordinarias, como mínimo de forma trimestral, así como en sesiones extraordinarias a solicitud de cualquiera de las representaciones o cuando concurra alguna circunstancia grave que lo requiera, como puede ser un accidente laboral grave o la existencia de situaciones de riesgo inminente para los trabajadores que puedan requerir la interrupción del trabajo, entre otras.

# GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

LA COMPAÑÍA SIGUE RIGUROSAMENTE LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS PARA LAS SOCIEDADES COTIZADAS POR EL REGULADOR, QUE EN ESTE ÁMBITO ES LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES.

La Dirección de Relación con Inversores y la Oficina del Accionista de Mediaset España juegan un importante papel a la hora de mantener una relación fluida, tanto con inversores institucionales como con particulares, a la vez que se dispone de vías de comunicación continua con analistas bursátiles y con los principales actores en los mercados internacionales.

Con el objetivo de divulgar información corporativa sin que haya distorsión de información o asimetría entre los accionistas o potenciales inversores, la compañía sigue rigurosamente los criterios establecidos para las sociedades cotizadas por el regulador, que en este ámbito es la Comisión Nacional del Mercado de Valores, así como también sigue el código Ético del Grupo Mediaset España y las mejores prácticas de mercado en materia de comunicación y relación con inversores.

De esta forma, Mediaset España provee de informes trimestrales sobre los resultados remitidos a la CNMV, publica dichos informes en su web corporativa ([www.mediaset.es/inversores/es](http://www.mediaset.es/inversores/es)), tanto en castellano como en inglés, e informa mediante correo electrónico a cada uno de los inversores y analistas que así lo hayan solicitado. Por otra parte, en el marco de los actos celebrados para la presentación de sus resultados, la compañía ofrece la posibilidad de seguir dichas reuniones en tiempo real mediante conference calls y webcasts. Dichos procedimientos ofrecen a los grupos de interés la oportunidad de interactuar y plantear todas aquellas preguntas y cuestiones que consideren relevantes. Este acto informativo queda grabado y almacenado, estando disponible a través de la web de Mediaset España hasta que tenga lugar la siguiente sesión.

De forma complementaria a las actividades periódicas de publicación de los resultados trimestrales y anuales indicadas anteriormente, a lo largo del año Mediaset España lleva a cabo la comunicación, mediante el procedimiento de comunicación de hechos relevantes a la CNMV, de aquellos aspectos de mayor relevancia que han afectado al precio de la cotización y que deben ser conocidos por el accionista o inversor. A su vez, en el marco de su Política de Comunicación con Accionistas, celebra a lo largo del año, conferencias, roadshows y reuniones con todos los inversores interesados en mantener un contacto con la compañía.



## RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Mediaset España considera que sus principales grupos de interés son aquellos colectivos que hacen posible su actividad empresarial o se ven afectados por ella, y por ello, los integra en su gestión mediante diversos canales de información, comunicación e interacción con la compañía.

Mediante la realización de roadshows, los canales establecidos por el área de Relaciones con Inversores y la Oficina del Accionista, se recogen las inquietudes de los accionistas y la comunidad inversora; a través de las mediciones de audiencia se toma el pulso de la adecuación de los contenidos que ofrece la compañía; mediante los foros y blogs abiertos en las páginas web se mantiene el diálogo con la audiencia; a través del buzón [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es) se comunica con todos aquellos interesados en la gestión responsable del negocio audiovisual, así como con quienes solicitan la colaboración de la compañía en trabajos académicos relacionados con la responsabilidad social; y a través de las agencias de medios canaliza la interacción con los anunciantes.

Mediante el Portal del Empleado y la intranet corporativa se transmite toda la información relevante para la plantilla y a través de los distintos Comités se recogen sus inquietudes y requerimientos.

A través de las reuniones periódicas y el contacto directo con el gestor de cada compra se mantiene un diálogo fluido con los proveedores, quienes también cuentan con una dirección de correo electrónico a través de la cual pueden plantear sus inquietudes y necesidades.

A su vez, la participación activa en asociaciones de referencia en el sector media, tales como la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) o la Association of Commercial Television in Europe (ACT), permite a la compañía intervenir en el desarrollo de las iniciativas que regulan la actividad del sector en el ámbito nacional, comunitario e internacional. Asimismo, mantiene contacto habitual con las Administraciones competentes en el sector audiovisual.

Los principales grupos de interés identificados por Mediaset España y los canales de comunicación establecidos para relacionarse con cada uno de ellos se detallan a continuación:

LOS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS SON AQUELLOS COLECTIVOS QUE HACEN POSIBLE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL O SE VEN AFECTADOS POR ELLA, Y POR ELLO, LA COMPAÑÍA LOS INTEGRA EN SU GESTIÓN MEDIANTE DIVERSOS CANALES DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN.

# CANALES DE COMUNICACIÓN



## EMPLEADOS

- Intranet corporativa
- Portal del Empleado
- Tablones de anuncios
- Comités de Seguridad y Salud
- Comité de Empresa y Delegados Sindicales
- Agente de Igualdad
- Departamento de RR.HH



## ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR

- Depto. Contratación Artística
- Div. Producciones Especiales



## ACCIONISTAS E INVERSORES

- Informes anuales
- Junta General
- Roadshows
- Desayunos informativos
- Presentación de resultados trimestrales
- Reuniones y call conference
- Webcast
- Oficina del Accionista  
Tel. 91358 8717
- Relación con Inversores  
Tel. 91 396 6783  
Email: [inversores@mediaset.es](mailto:inversores@mediaset.es)  
<https://seguro.mediasset.es/contacta.html>



## ANUNCIANTES

- Dir. Comercial General de Publiespaña  
Tel. 91 395 90 00
- [www.publiesp.es](http://www.publiesp.es)
- Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)
- Agencias de medios



## AUDIENCIA

- [www.mediasset.es](http://www.mediasset.es)
- webs de programas
- blogs, encuentros digitales, foros y encuestas de opinión



## PROVEEDORES

- Dir. Compras y SS. Generales
- [www.publiesp.es](http://www.publiesp.es)
- web de acceso privado para proveedores
- E-mail: [comprasyservicios@telecinco.es](mailto:comprasyservicios@telecinco.es)



## SINDICATOS

- Tablón de anuncios
- Tablón digital en la Intranet corporativa
- Comité de Empresa
- Redes sociales y blogs propios



## COMPETENCIA

- Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA)
- Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT)
- Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación



## ADMINISTRACIÓN

- Consejo Asesor para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (CATSI)
- 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 Energía, Turismo y Agenda Digital)
- Dirección General de Ordenación del Juego (Ministerio de Hacienda y Función Pública)
- Ministerio de Cultura
- Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)



## COMUNIDAD

- Organizaciones sociales: Dir. General Corporativa  
E-mail: [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es)
- Portal de Empleo  
<http://www.rrhhempleo.telecinco.es/>
- Ejercicio de los derechos ARCO  
E-mail: [arco@mediaset.es](mailto:arco@mediaset.es)
- División de Comunicación  
E-mail: [mediasetcom@mediaset.es](mailto:mediasetcom@mediaset.es)
- Responsabilidad Corporativa  
E-mail: [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es)

# PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

DURANTE 2017, SE SIGUIERON APLICANDO LOS PROCEDIMIENTOS INTERNOS RELACIONADOS CON LA EMISIÓN DE PUBLICIDAD Y AUTOPROMOCIÓN TELEVISIVA ESTABLECIDOS A FIN DE DAR CUMPLIMIENTO A LOS CRITERIOS INTERPRETATIVOS DE LA CNMC SOBRE PUBLICIDAD.

Mediaset España traslada y asegura la representación de sus intereses legítimos ante las Administraciones Públicas en general y, en especial, ante los poderes legislativos y ejecutivos, tanto a nivel estatal como europeo, a través de las actuaciones del área de Relaciones Institucionales de la compañía.

Estas actuaciones se rigen por lo establecido en el Código Ético de la compañía y se centran en garantizar la representación de los intereses legítimos de Mediaset España ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), la Presidencia del Gobierno y los Ministerios (Ministerio de Cultura, Ministerio de Industria o el Ministerio de Economía y Competitividad), el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, el Congreso de los Diputados y el Senado, así como ante la Comisión Europea, entre otros entes de carácter público.

La pertenencia a importantes asociaciones de referencia en el ámbito del sector media, tales como la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) o la Association of Commercial Television in Europe (ACT), permite a la compañía intervenir en la defensa y representación de los intereses comunes de las televisiones comerciales en el ámbito nacional, comunitario e internacional.

## Contribución al desarrollo del cine

Mediaset España contribuye anualmente con 5% de sus ingresos a la financiación de películas y series europeas y reserva más de la mitad de su tiempo de emisión anual a obras europeas, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 de la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual.

## Principales objetivos de la actividad desarrollada

- Aplicación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual y de su desarrollo normativo, con especial énfasis en el refuerzo de la protección de menores y la correcta aplicación de las disposiciones aplicables en materia de publicidad televisiva.
- En el ámbito de la autorregulación, aplicación del “Sistema de Calificación por edades de productos audiovisuales”, suscrito por los operadores de televisión en abierto en 2015, bajo supervisión de la CNMC.

Este Sistema de calificación nace con vocación de constituir un marco más objetivo y sistematizado para la calificación por edades de contenidos, y ser un instrumento que dote de información a los tutores, los propios menores y la sociedad en su conjunto sobre los contenidos potencialmente perjudiciales que pueda tener un determinado programa audiovisual.

- Aplicación de la regulación de juego de azar a los concursos televisivos; en este contexto, destaca la participación de Mediaset España como miembro del Consejo Asesor de Juego Responsable, creado al amparo de la DGOJ así como en la Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.
- Defensa de un sistema público de televisión transparente y racional, con un verdadero enfoque de servicio público en sus contenidos, y sometido a mecanismos de control real, y con un estricto cumplimiento de la normativa vigente, en especial en materia publicitaria.
- Defensa de una sistema transparente y equitativo para la gestión de propiedad intelectual, reivindicando una mayor transparencia y control de las entidades de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual así como la aplicación de unas tarifas equitativas y proporcionadas por parte de éstas basadas en el uso efectivo del repertorio que representan.
- Participación en el proceso de revisión de la Directiva europea sobre servicios de comunicación audiovisual, actualmente en marcha. (directiva 2010/13/ue).
- A través de UTECA, ha colaborado en las consultas públicas promovidas por la Administración, en particular las relativas a 5G y a la Agenda Digital.
- Participación, a través de UTECA, en la alianza Televisión Abierta, que en 2017 llevó a cabo un exhaustivo informe que recoge la importancia de la TDT en abierto, en sus distintas vertientes sociales y económicas.



Para más información sobre televisión abierta  
<http://televisionabierta.es/2017/07/09/informe-deloitte-television-en-abierto-contribucion-a-la-sociedad-espanola/>

## Contribución a la financiación de la televisión pública

Mediaset España, como operador de televisión en abierto en el país, contribuye anualmente a la financiación de la Corporación RTVE, según lo establecido en la Ley 8/2009, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

## Participación en iniciativas de RC

### Pacto Mundial

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. En este sentido, la compañía elabora anualmente su informe de progreso, mediante el cual comunica las actuaciones llevadas a cabo para implantar los Diez Principios.

### Carbon Disclosure Project

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.

### FTSE4GoodIbex

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, etc.

### Global Reporting Initiative

Desde 2012, Mediaset España sigue los principios establecidos en el Marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad elaborado por Global Reporting Initiative (GRI), organización sin fines de lucro cuyo objetivo es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones.

El Marco, que incluye la Guía para la elaboración de Memorias, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social, y ha ido perfeccionando su adaptación a los distintos sectores de actividad mediante los suplementos sectoriales de reporte, complementarios al Marco general. Mediaset España da respuesta en su Informe de RC no sólo a los contenidos generales planteados en Guía, sino también al suplemento sectorial correspondiente.



### Clúster de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad

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.

### Clúster de Cambio Climático

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.

### Asociación de Emisores Españoles

Mediaset España forma parte, desde 2012, de la Asociación de Emisores Españoles, asociación cuya finalidad es:

- Fomentar medidas que refuercen la seguridad jurídica en todo lo relacionado con la emisión de valores cotizados.
- Participar en el desarrollo de un mejor marco legal tanto en el ámbito nacional como europeo.
- Contribuir al desarrollo de estándares elevados de gobierno corporativo.
- Promover la comunicación entre las sociedades y sus accionistas.
- Mantener una relación de diálogo y cooperación con la Administración y, en especial, con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

### Consejo Asesor de Juego Responsable

En el ámbito de la gestión responsable de la actividad de juego, Mediaset España forma parte del Consejo Asesor de Juego Responsable, desde su constitución. Este organismo tiene el objetivo de velar por las posibles consecuencias del juego sobre la seguridad y el bienestar de los consumidores, y para ello, sirve de foro para que los diversos grupos implicados trabajen juntos para lograr una aproximación ética y responsable de los juegos de azar en España.

### Responsible Media Forum

Desde 2017, Mediaset España forma parte del partenariado internacional 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.



# MODELO DE NEGOCIO

MEDIASET *españa.*



# ESTRATEGIA

## MEDIASET ESPAÑA, LÍDER EN RENTABILIDAD MAXIMIZANDO SUS INGRESOS PUBLICITARIOS Y DE AUDIENCIA.

El año 2017 ha sido un periodo de consolidación para la televisión en abierto. Ha sido el primer ejercicio en el que se han asentado todos los nuevos canales TDT, en el que la competición por mantener la posición de las televisiones generalistas respecto de los canales de nicho ha sido importante. Una vez más, los resultados de las audiencias y los resultados financieros de Mediaset España en 2017 han sido excepcionales.

Mediaset España ha cumplido su principal objetivo fijado para 2017 que consistía en ser líder en rentabilidad maximizando sus ingresos publicitarios y de audiencia.

Mediaset España se erigió por séptimo año como el grupo audiovisual líder de audiencia en consumo lineal y digital y con Telecinco como la cadena más vista. Ratificó la solidez de su liderazgo como grupo de televisión más visto, tanto en el consumo lineal de televisión en total individuos (28,7%), prime time (28,5%), target comercial (30,5%) y jóvenes 13-24 años (35,2%) como en el consumo digital, con la oferta de vídeos televisivos más vista en Internet y con los sites de televisión con mayor número de usuarios únicos.

### Total Día. Total Individuos. Grupos Televisión



5

Telecinco (13,3%) sumó 18 años de liderazgo entre las cadenas comerciales y es la cadena más vista por sexto año consecutivo con 1 punto de ventaja sobre la segunda opción. Lidera el target comercial (12,5%) a 4 décimas de su principal competidor (12,1%) y se impone en prime time por sexto año consecutivo al resto de sus competidores con un 13,5% de share, 0,7 puntos más que su directo competidor (12,8%).

4

Cuatro (6,2%), tercera cadena nacional privada en target comercial (7,3%) y consolida su fortaleza entre el público millennial (7,4%)

F

Factoría de Ficción, sexto año consecutivo como líder de los temáticos (3,1%), acumula 69 victorias mensuales y es la tercera televisión nacional en jóvenes 13-24 años (8,9%).

d

Divinity (2,2%) es la temática femenina líder en mujeres 16-44 años (3,6%) y target comercial (2,8%) y la tercera temática más vista junto a Nova.

E

Energy (2%) anota el mejor dato de su historia y crece hasta el 2,2% en target comercial.

BE MAD

Be Mad (0,6%) suma 2 décimas respecto al año anterior. También eleva su media nacional en el target comercial (0,8%) y en hombres 16-44 años (0,9%).

Boing

Boing (12,2% en niños 4-12 años) es el canal infantil líder de la televisión comercial por quinto año consecutivo con una ventaja de 2,3 puntos sobre Disney Channel (9,9%), a quien se impone también en total individuos (1,3% vs. 1,1%).



LA ESTRATEGIA DEL GRUPO EN 2018 IRÁ DIRIGIDA A MANTENER Y FORTALECER LOS CONTENIDOS PROPIOS, ATRAER NUEVOS PÚBLICOS, GENERAR NUEVOS FORMATOS Y ATENDER A LAS PREFERENCIAS DE LAS DISTINTAS AUDIENCIAS CON UNA OFERTA MULTIPLATAFORMA.

Mediaset España obtiene estos resultados siendo fiel a su esencia, una televisión en abierto generalista que ofrece al espectador experiencias, sentimientos, información y entretenimiento. Tanto es así que la estrategia del Grupo en 2018 irá dirigida a mantener y fortalecer los contenidos propios, atraer nuevos públicos, generar nuevos formatos y atender a las preferencias de las distintas audiencias con una oferta multiplataforma.

En ese sentido, en 2018 la estrategia pivotará sobre los siguientes ejes:

### 1. Seguir siendo la empresa líder en rentabilidad en televisión en abierto maximizando los ingresos de publicidad y la audiencia

En el entorno competitivo en el que se encuentra el sector de la televisión, es un objetivo principal de Mediaset España contribuir al fortalecimiento del mismo. La televisión en abierto continúa siendo el medio más eficaz para rentabilizar campañas publicitarias. Esa eficacia se debe al éxito de atraer diferentes y grandes masas de audiencia a través de contenidos atractivos. Para que el sector continúe siendo fuerte es fundamental que sea rentable para los operadores que compiten en él. La renuncia a ello y priorizar audiencias o ventas de publicidad sobre la rentabilidad del sector, tendría fatales consecuencias.

Es por lo anterior que Mediaset España se fija como primer y principal objetivo, continuar siendo la televisión en abierto más rentable. La persecución del mismo se realiza tratando de ser líderes en audiencia, fieles a nuestra línea editorial, y buscando la mayor maximización de los ingresos de publicidad.

### 2. Ofrecer un abanico de contenidos multiplataforma.

Mediaset España quiere llegar a todos los públicos basándose principalmente en la oferta de contenidos que posee. A su vez, quiere atraer al mundo de la televisión, a aquellos públicos que consumen contenidos específicos del mundo digital. La compañía integra toda la oferta de contenidos a través de sus distintos canales, ya sea en abierto, en su plataforma web, en app's, en plataforma para móviles y tablets y en otros tipos de distribución que puedan aparecer.

Los contenidos de Mediaset España continúan enamorando al espectador, donde 10 de los 20 programas más vistos en 2017 han sido de Telecinco.

La variedad de la oferta de contenidos de Mediaset España es lo que fideliza y atrae a su audiencia, donde encuentran un lugar donde poder disfrutar de entretenimiento, información, realities, series, películas, noticias, eventos deportivos, etc.

Mediaset España se ha situado en 2017, un año más, a la cabeza en consumo de vídeo por Internet, según datos de comScore. A las principales cabeceras de sus canales, Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es y sus plataformas de contenidos a en directo y a la carta Mitele.es y Mtmad.es, se han sumado este año nuevos desarrollos como GeneraciónPro.es, web dirigida al deporte base y Yasss.es, con contenidos especialmente destinados a la llamada 'generación Z' y los millennials, con las que la compañía se ha alzado por segundo año consecutivo hasta la primera posición con un promedio mensual de 79 millones de vídeos vistos frente a los 60,6 millones de su principal competidor<sup>1</sup>.

Mediaset España ha vuelto a establecer un elevado nivel de *engagement* con sus espectadores, que han sumado 11,6 millones de usuarios únicos de media al mes en 2017 entre todos sus sites, siendo Telecinco.es la más visitada un año más, con un promedio de 7,8 millones de usuarios únicos frente a los 7,3 millones de Antena3.com.

Además, Mediaset España ha sido el grupo de televisión líder en consumo de vídeo con un promedio de 339 millones de minutos de vídeos vistos al mes, situándose en el ranking general sólo por detrás de Google, Openload, Facebook, VEVO y Broadband TV. Con 3 horas y 49 minutos de consumo de vídeo por espectador, también ha sido el grupo con la permanencia más alta, frente a Atresmedia, que se sitúa por debajo de las 2 horas y media.

Por lo que respecta a las plataformas de contenidos de televisión, Mitele se ha situado como la plataforma líder nacional en consumo de vídeo con una media de 263 millones de minutos de vídeo consumidos al mes entre febrero y noviembre, superando en un 60% a Atresplayer, que registra una

1. Últimos datos auditados período febrero-noviembre. Fuente: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio calculado en base a datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC.

**MEDIASET ESPAÑA  
HA SIDO EL GRUPO  
DE TELEVISIÓN  
LÍDER EN CONSUMO  
DE VÍDEO CON  
UN PROMEDIO DE  
339 MILLONES DE  
MINUTOS DE VÍDEOS  
VISTOS AL MES**

media de 164 millones de minutos de vídeo consumidos; mientras que Mtmad.es ha conseguido en el mes de noviembre 691.000 visitantes únicos, superando a Flooxer en un 4,5%.

Por otro lado, las apps de Mediaset España han acumulado hasta noviembre 15,2 millones de descargas en smartphones y tablets, siendo las más descargadas Mitele (7,2 millones), 'Gran Hermano' (3,7 millones), 'La Voz' (1,9 millones) y Mediaset Sport (700.000).

### 3. Adecuación al marco normativo.

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.

La compañía ha culminado con éxito las adaptaciones a todas las nuevas regulaciones sectoriales y de competencia promovidas por el regulador. Ello se ha reflejado en el descenso de expedientes incoados y en una mayor colaboración directa con el regulador en las materias objeto de adaptación como son las de calificación de contenidos, emisión de publicidad y evolución tecnológica.



# MODELO DE NEGOCIO

## PRINCIPALES RECURSOS

Disponibilidad de **recursos financieros**

**Medios técnicos, tecnológicos e infraestructuras** punteras

**Talento creativo**

**Relaciones comerciales** que aseguran el acceso a una programación puntera

**Amplio abanico** de medios de difusión

Sólidas **relaciones comerciales** con los anunciantes

**Relación 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

#### DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS **2**

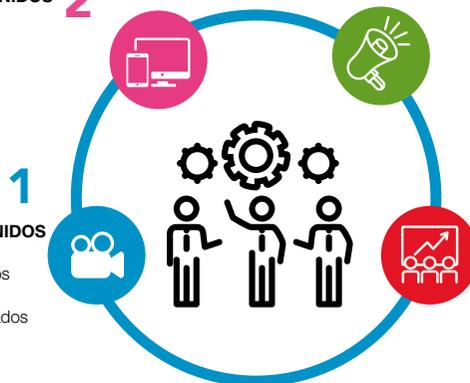
- TDT
- Webs/app
- Salas de cine y home video
- Plataformas de pago
- Agencia de noticias

#### PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

- Creadores internos / externos
- Propiedad intelectual
- Licencias y productos derivados
- Trademarks

#### COMPRA DE CONTENIDOS

- Gestión de derechos de emisión



#### **3**

#### VENTA DE PUBLICIDAD

- Creación interna / externa de piezas publicitarias

#### **4**

#### ANÁLISIS DE AUDIENCIA

- Análíticas y Metadata

### ÁREAS CORPORATIVAS DE SOPORTE

### MODELO DE GOBIERNO



## QUÉ NOS DIFERENCIA

**Contenidos audiovisuales atractivos** para la audiencia

**Oferta multicanal y multiplataforma**

**Política comercial** de bloques cortos en prime time, oferta multipantalla y superspot

**Riqueza de targets** única a nivel nacional

**Capacidad de afrontar cambios** con rapidez

## EL VALOR QUE CREAMOS Y DISTRIBUIMOS



#### Accionistas

Dividendo accionistas

#### Trabajadores

Empleo directo

**1.273 trabajadores**

#### Anunciantes

Valor para nuestros anunciantes

**Ratio de eficacia publicitaria= 151**

Entretenimiento valorado por la audiencia

**28,7% cuota media de pantalla**

#### Comunidad

Apoyo a causas sociales

**13,5 millones €**

Contribución a hacienda

**194 millones €**

Inversión en mejoras ambientales

**359 miles €**

Inversión en Producción (ajena y ficción) y Coproducción

**173,1 millones €**

Pagos a proveedores y artistas

Datos a 31/12/2017

# FACTORES CLAVE DE ÉXITO Y DIFERENCIACIÓN

Para garantizar el desarrollo sostenible de su proyecto empresarial, Mediaset España necesita contar con un equipo de personas que posean las aptitudes y actitudes necesarias para desempeñar con éxito los roles asignados, que entiendan y se comprometan con los valores y el comportamiento esperado que debe guiar sus actuaciones.

La flexibilidad de su modelo junto con la rapidez con la que afronta los cambios, en caso de necesitar sustituir o emitir un nuevo programa, permite a Mediaset España contar con una amplia oferta de programación.



# OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

## DIMENSIÓN ECONÓMICA

**INGRESOS TOTALES NETOS (MILLONES DE EUROS)**

**996**

2016: 992  
2015: 971,9

**RESULTADO/ INGRESOS NETOS**

**24,6%**

2016: 22,6%  
2015: 21,1%

**RESULTADO EBITDA AJUSTADO (MILLONES DE EUROS)**

**262,2**

2016: 241,1  
2015: 222,67

**RESULTADO EBITDA AJUSTADO/ INGRESOS NETOS**

**26,3%**

2016: 24,3%  
2015: 22,9%

**POSICIÓN FINANCIERA NETA (MILLONES DE EUROS)**

**135,3**

2016: 177,5  
2015: 192,41

**IMPUESTOS PAGADOS EN ORIGEN (MILLONES DE EUROS)**

**58**

2016: 55,09  
2015: 53,19

**AYUDAS ECONÓMICAS RECIBIDAS DE GOBIERNOS (MILES DE EUROS)<sup>1</sup>**

**600**

2016: 318  
2015: 707

**DONACIONES A LA COMUNIDAD (MILES DE EUROS)**

**107**

2016: 119  
2015: 78

**PRODUCTORAS QUE GENERAN CONTENIDOS**

**34**

2016: 34  
2015: 32

**PROGRAMAS GENERADOS**

**120**

2016: 84  
2015: 101

**CONTRATOS DE ADQUISICIÓN DE PRODUCCIÓN AJENA**

**63**

2016: 68  
2015: 90

**INVERSIÓN EN MEJORAS AMBIENTALES (MILES DE EUROS)<sup>1</sup>**

**359**

2016: 553  
2015: 244

**NÚMERO DE ANUNCIANTES<sup>2</sup>**

**869**

2016: 905  
2015: 924

**NÚMERO DE ACCESOS A WEB (EN MILES)<sup>3,4</sup>**

**777.808**

2016: 1.122.803  
2015: 1.399.202

**MEDIA DE USUARIOS ÚNICOS DE WEB<sup>4,5</sup>**

**VER CUADRO**

2016: 2.126.269  
2015: 2.529.115

1. Corresponde fundamentalmente a la inversión en mejoras en iluminación y climatización.

2. Se han considerado solamente los anunciantes con inversión, en todas las cadenas de Mediaset España.

3. Corresponde a las visitas a las web de Telecinco, Cuatro, Divinity, Mitele, Radioset y a la web corporativa.

4. Datos elaborados en base a MMX multiplataforma de Comscore.

5. Desde 2017 se cuenta con los datos facilitados por Comscore, que proporciona promedios mensuales en lugar de diarios, como se reportaba anteriormente

Usuarios únicos	MEDIASET	TELECINCO.ES	CUATRO.COM	DIVINITYES	MITELE	RADIOSET
Promedio mensual 2017	11.457.398	7.711.909	3.634.648	1.758.592	2.465.661	783.762
Promedio mensual 2016	10.589.569	7.648.224	2.874.186	1.343.369	2.898.449	1.021.781

# OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

## DIMENSIÓN SOCIAL

### PROGRAMACIÓN CON CONTENIDO SOCIAL (NÚMERO DE EMISIONES)

**2.555**

2016: 2.445  
2015: 2.190

### CESIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN APOYO A CAUSAS SOCIALES (MILES DE EUROS)<sup>1</sup>

**13.341**

2016: 10.538  
2015: 25.755

### INVERSIÓN EN FORMACIÓN (MILES DE EUROS)

**149**

2016: 156  
2015: 207

### HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO <sup>2</sup>

**15,5**

2016: 10,38  
2015: 15,67

### EMPLEADOS CON EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO <sup>3</sup>

**24%**

2016: 23%  
2015: 24%

1. A partir de la aprobación de la Ley de Economía Sostenible en 2011, toda publicidad de ONGs que anteriormente se computaba como publicidad, pasa a ser no computable.

2. Para este ratio se ha tenido en cuenta la plantilla media 2017.

3. Corresponde a plantilla con evaluación de desempeño de Mediaset España y Publiespaña.

# OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

## DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

CONSUMO DE  
PAPEL (KG)

**17.567**

2016: 19.075  
2015: 18.451

CONSUMO DE TÓNERS Y  
CARTUCHOS DE IMPRE-  
SIÓN (UNIDADES)

**1.121**

2016: 941  
2015: 951

CONSUMO DE PILAS/  
BATERÍAS (KG)

**2.247**

2016: 2.561  
2015: 2.757

CONSUMO DE DISCOS/  
CINTAS (KG)

**1.734**

2016: 1.325  
2015: 2.622

RESIDUOS  
GENERADOS (KG)

**458.134**

2016: 496.462  
2015: 126.417

CONSUMO  
DE AGUA (M³)

**28.662**

2016: 26.282  
2015: 29.858

CONSUMO DE  
ELECTRICIDAD (GJ)

**63.919**

2016: 63.256  
2015: 62.711

CONSUMO DE GASÓLEO  
(GJ)

**76**

2016: 79  
2015: 36

CONSUMO DE GAS  
NATURAL (GJ)

**4.638**

2016: 4.257  
2015: 4.044

EMISIONES DE GEI (TN) ALCANCE 1

**1.278,24**

2016: 845  
2015: 813

EMISIONES DE GEI (TN) ALCANCE 2

-

2016: -  
2015: 5.319

EMISIONES DE GEI (TN) ALCANCE 3

**182.955**

2016: 265.810  
2015: 2.019

# NEGOCIO AUDIOVISUAL

## 2017 HA RESULTADO UN AÑO CLAVE PARA LA TELEVISIÓN EN ABIERTO EN GENERAL Y PARA MEDIASET ESPAÑA EN PARTICULAR.

2017 ha resultado un año clave para la televisión en abierto en general y para Mediaset España en particular, y lo ha sido por varios factores.

El primero, porque en un escenario de creciente competencia, progresiva fragmentación de audiencia y tendencias hacia nuevas formas de consumo, esta compañía ha ratificado la solidez de su liderazgo como el grupo de televisión más visto en España por séptimo año consecutivo, tanto en el consumo lineal de televisión como en el consumo digital, con la oferta de vídeos más vista en Internet y con los sites de televisión con mayor número de usuarios únicos.

El segundo, por la evidencia cada vez mayor de que la televisión comercial es el medio rey como soporte publicitario; el único capaz de garantizar al anunciante su elevada cobertura. Una realidad cada vez más creciente tras el auge de la televisión de pago y la irrupción de nuevas plataformas ante la cual Mediaset España ha desplegado ante los anunciantes el más eficaz catálogo de soportes en la televisión tradicional y digital en un entorno seguro para las marcas, reiterando con la gestión de su espacio su liderazgo del mercado con la mayor cuota de inversión de los medios de comunicación en nuestro país. Y todo ello con márgenes que, además, le sitúan de nuevo como uno de los grupos audiovisuales más rentables a nivel europeo.

El tercero, porque ningún otro medio o plataforma de contenidos acerca al espectador la actualidad de los temas que más preocupan a la ciudadanía como lo hace la televisión. Y en este sentido, Mediaset España ha vuelto a situarse un año más como referente informativo en un año de especial relevancia política y social dentro y fuera de nuestro país a través de Atlas, la agencia audiovisual de noticias a nivel nacional, y su redacción de informativos para Telecinco y Cuatro.

La compañía ha conjugado nuevamente su liderazgo en información con su compromiso con hacer compañía a los espectadores a través de una oferta generalista y temática en la que de nuevo han brillado sus propuestas de ficción y entretenimiento, situándose como uno de los principales creadores y productores de contenidos de España.

También ha vuelto a hacer historia a través de Telecinco Cinema, con cuyas películas ha liderado la industria cinematográfica española en cuota de mercado, recaudación y número de espectadores con sus cuatro producciones estrenadas en el año, situadas todas ellas como las más vistas del cine español en 2017.

En todas sus líneas de negocio la compañía ha aplicado un modelo de gestión enfocado a la rentabilidad y la remuneración al accionista, cuya confianza ha premiado un año más con un posicionamiento de mercado privilegiado en nuestro país.

Mediaset España afronta así en inmejorables condiciones el periodo de transición hacia la digitalización definitiva del sector audiovisual, un camino ante el cual está llevando a cabo un proceso interno de transformación y adaptación, como tantas otras veces ha realizado, liderando siempre todos los escenarios por los que ha atravesado a lo largo de su historia.



LA COMPAÑÍA HA CONJUGADO NUEVAMENTE SU LIDERAZGO EN INFORMACIÓN CON SU COMPROMISO CON HACER COMPAÑÍA A LOS ESPECTADORES A TRAVÉS DE UNA OFERTA GENERALISTA Y TEMÁTICA EN LA QUE DE NUEVO HAN BRILLADO SUS PROPUESTAS DE FICCIÓN Y ENTRETENIMIENTO.

SU OFERTA HA VUELTO A SER LA MÁS DEMANDADA POR LOS ESPECTADORES DE TELEVISIÓN NO SÓLO A TRAVÉS DEL CONSUMO LINEAL EN TDT, SINO TAMBIÉN MEDIANTE TODAS LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO EN DIRECTO Y A LA CARTA EN DIFERENTES SOPORTES Y DISPOSITIVOS.

## Mediaset España, líder de audiencia en consumo lineal y digital

No ha habido año desde su creación como grupo audiovisual, y ya acumula siete, que Mediaset España no haya liderado la audiencia en nuestro país. Su oferta ha vuelto a ser la más demandada por los espectadores de televisión no sólo a través del consumo lineal en TDT, sino también mediante todas las nuevas formas de consumo en directo y a la carta en diferentes soportes y dispositivos, en los que ha estado presente en 2017 implementando constantes desarrollos tecnológicos y digitales con los que se ha situado a la vanguardia del proceso de transformación del sector audiovisual.

Entre sus canales se encuentran Telecinco, la televisión más vista con una oferta dirigida a todo tipo de público; Cuatro, el tercer canal de televisión entre los millennials; Factoría de Ficción, líder de los temáticos con su oferta de series y cine; Boing, canal infantil más visto de la televisión comercial; Divinity, la temática femenina líder entre las mujeres jóvenes; Energy, la primera televisión temática de ficción internacional para el público joven masculino y BeMad, el primer canal divulgativo HD de la televisión en abierto.

Con la suma de todos ellos, Mediaset España ha cerrado el año con un 28,8% en total individuos, con una ventaja de 2,2 puntos sobre su inmediato competidor (26,6%). El grupo ha logrado imponerse en target comercial (30,5%) y en prime time (28,5%), alejándose de Atresmedia en 1,9 y 1,6 puntos, respectivamente. Mediaset España ha sido el grupo de comunicación preferido por los jóvenes de 13 a 24 años por séptimo año consecutivo con un destacado 35,2% de share, cifra con la que abre una brecha de 7,2 puntos sobre el segundo grupo (28%).

Además, cuenta con la oferta televisiva de referencia en Internet, tanto en vídeos vistos como en fidelidad y permanencia en sus diferentes sites, entre los que destacan las webs oficiales de sus televisiones Telecinco.es, Cuatro.com, Divinity.es, entre otras, y sus dos plataformas de contenidos: Mitele, con toda la oferta de Mediaset España en directo y a la carta disponible en Internet, su app y la televisión conectada; y Mtmad, canal de vídeos nativos para millennials, con las que se ha alzado por tercer año consecutivo hasta la primera posición en minutos de vídeos vistos a lo largo del año con un promedio mensual de 339 millones de minutos vistos al mes y 79 millones de vídeos vistos. Mediaset España ha sido líder en fidelidad con un promedio mensual de 3 horas y 49 minutos de vídeo consumido al mes por usuario, cifras que muestran la fortaleza de su contenido en el entorno digital (\*).

(\*) Últimos datos auditados. Fuente: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio calculado en base a datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC. Los datos de Videometrix no tienen en cuenta el mes de enero ya que los datos de Mediaset España se vieron afectados por una incidencia ajena a la compañía.

GRUPO DE TELEVISIÓN MÁS VISTO EN ESPAÑA (SHARE)

**28,7%**





# 18 años líder entre las televisiones comerciales

2017 ha sido el año de la mayoría de edad para el liderazgo de audiencias de Telecinco: 18 años ininterrumpidos en la primera posición de audiencias entre las cadenas comerciales y televisión más vista por sexto año consecutivo con un 13,3% de share, lo que supone 1 punto de ventaja sobre la segunda opción. Su hegemonía se ha extendido al target comercial (12,5%) y a la franja de máximo consumo televisivo, el prime time, también por sexto año, con un 13,5% de cuota de pantalla.

Su acertada combinación de entretenimiento, ficción e información ha convertido a la cadena en la opción preferida por todos los targets de audiencia por edades, excepto los niños, con los jóvenes de 13 a 24 años y los espectadores de 25 a 34 años como sus segmentos más destacados con un 12,3% y un 13,0% de share respectivamente, frente al 11,6% y el 11,2% de share de su rival en estos parámetros. Entre los millennials (jóvenes urbanos de 16 a 34 años) Telecinco es también primera opción (13,1%), a 1,6 puntos de Antena 3 (11,5%).

En un análisis aún más pormenorizado, el nuevo liderazgo anual de Telecinco, los datos resultan aún más rotundos: ha liderado 11 de los 12 meses del año y ha sido la cadena más vista en mayor número de jornadas (251 días), el 68,8% de las disputadas. También se ha impuesto a sus competidores en prácticamente todas las franjas de emisión: total día (13,3%), prime time (13,5%), day time (13,2%), tarde (15,1%) y late night (15,8%), siendo además la televisión más vista en sobremesa (11,5%) entre las cadenas comerciales. Por mercados regionales, ha sido primera opción en Asturias (20,9%), Canarias (15,2%), Murcia (15,5%), Andalucía (13,7%), Galicia (13,8%), Euskadi (14,7%) y Madrid (13,9%), con datos por encima de su media nacional en todos ellos. Telecinco ha sido también la cadena más vista en 5 de las 7 las noches de la semana: martes (14,9%), miércoles (15,6%), jueves (15,7%), sábado (14,1%) y domingo (14,2%).

## Sin rival en entretenimiento

Cercanía con los espectadores, intención de acompañarles y una oferta contenidos viva basada en la producción propia, que representa el 94,7% de sus contenidos anuales emitidos, y la emisión en directo, con más del 50% de sus horas de emisión en 2017, han convertido a Telecinco en el referente de entretenimiento televisivo en abierto en el sector audiovisual español. Espacios informativos, magazines, entrevistas, dating shows, talent shows, concursos, realities y productos de ficción han vertebrado la parrilla de la cadena, convirtiéndola en la preferida por la audiencia en las principales franjas horarias.

Entre los espacios de prime time, una vez más la tercera edición de 'La Voz Kids', presentada por Jesús Vázquez, ha sido el programa de entretenimiento más visto de la televisión en 2017 con un 22,9% de share y 3.128.000 espectadores. Las actuaciones de los pequeños artistas, bajo la atenta mirada de David Bisbal, Rosario Flores y Antonio Orozco fueron lo más visto en todos los targets sociodemográficos, estableciendo más de 5 puntos de ventaja sobre la oferta del inmediato competidor. También en el ámbito de los talent shows, 'Got Talent España', presentado por Santi Millán y con la participación de Edurne, Jorge Javier Vázquez, Risto Mejide y Eva Hache, ha concluido su segunda temporada este año como el tercer programa más visto tras mejorar 1,9 puntos respecto a su edición anterior y alcanzar el 20,9% de share y 2.762.000 espectadores.

En lo que a realities se refiere, 'Supervivientes' se ha convertido en el segundo programa de entretenimiento más visto del año con un 26,3% de cuota de pantalla y 2.910.000 espectadores, situando sus tres últimas ediciones por encima del 26%. También 'GH VIP 5' ha liderado de forma absoluta en 16 de las 17 galas emitidas, superando en más

LÍDER EN PRIME TIME

# 13,3%

SU ACERTADA  
COMBINACIÓN DE  
ENTRETENIMIENTO,  
FICCIÓN E  
INFORMACIÓN HA  
CONVERTIDO A  
LA CADENA EN LA  
OPCIÓN PREFERIDA  
POR TODOS LOS  
TARGETS DE  
AUDIENCIA POR  
EJEMPLO.

EL BROCHE DE ORO DE LA TARDE LO HA VUELTO A PONER 'PASAPALABRA', QUE CON UN 16,4% DE SHARE Y 1.951.000 ESPECTADORES SE HA MANTENIDO UN AÑO MÁS COMO EL CONCURSO MÁS COMPETITIVO DE LA TELEVISIÓN, LIDERANDO SU BANDA HORARIA POR DÉCIMO AÑO CONSECUTIVO.



de 7 puntos a su inmediato rival con un 18,1% de share y 2.099.000 seguidores, mientras que 'Gran Hermano Revolution' ha sido la primera opción en 13 de sus 14 galas con una ventaja de 5,1 puntos sobre su competidor.

Los espectadores de Telecinco han tenido ocasión de entrar en los hogares y bucear en las vidas de diversas celebridades junto a Bertín Osborne en las nuevas entregas de 'Mi casa es la tuya', que con un 14,9% de share y 2.152.000 espectadores ha sido la primera opción de su franja de emisión.

La producción propia ha sido también el puntal principal de la programación de Telecinco en day time: 'El programa de Ana Rosa' (18,4% y 544.000) se escribe ya con letras de oro en la historia de la televisión al situarse en su decimotercera temporada como líder de las mañanas 12 años consecutivos, marcando además la mayor distancia sobre su competidor principal, 'Espejo público' (16,0% y 460.000), de los dos últimos años respecto al año anterior (de 1,7 puntos a 2,4).

'Mujeres y hombres y viceversa', con Emma García al frente, ha marcado un 11,1% de share y 707.000 espectadores, situándose como líder su franja de emisión en target comercial (15,0%) y creciendo notablemente en el grupo de jóvenes de 13 a 24 años (25,9%). Por su parte, Carlota Corredera y los estilistas de 'Cámbiame' han colocado este programa como primera opción en su franja entre las televisiones comerciales con un 11,4% de share y 1.223.000 espectadores.

Por la tarde, el singular universo de 'Sálvame' capitaneado por Jorge Javier Vázquez, Paz Padilla y Carlota Corredera, con la suma de sus ediciones 'Naranja' y 'Limón', ha liderado nuevamente su franja de emisión alcanzado un 16,3% de share y 1.702.000 espectadores y estableciendo la mayor ventaja sobre su competidor de los últimos seis años. En su edición de los sábados por la noche, 'Sábado Deluxe', la franquicia 'Sálvame' cosecha también el éxito con un 14,9% de cuota de pantalla y 1.511.000 espectadores.

El broche de oro de la tarde lo ha vuelto a poner 'Pasapalabra', que con un 16,4% de share y 1.951.000 espectadores se ha mantenido un año más como el concurso más competitivo de la televisión, liderando su banda horaria por décimo año consecutivo.



LA YA MÍTICA 'LA QUE SE AVECINA' HA SIDO UNA VEZ MÁS LA SERIE MÁS VISTA DE TELECINCO Y LA FICCIÓN CON MEJOR CUOTA DEL AÑO EN TODAS LAS TELEVISIONES.

## Las series de Telecinco: ficción de calidad

Además de volver a obtener el beneplácito de la audiencia -Telecinco ha situado en el año tres series entre las cinco más vistas, dos de ellas de estreno-, en 2017 ha destacado el aplauso unánime con el que la crítica y el público más exigente han recibido una de las más potentes apuestas de ficción en el curso televisivo: 'Se quién eres' (15,2% y 2.386.000). La serie creada y producida por Pau Freixas y protagonizada por Francesc Garrido, Blanca Portillo, Aida Folch, Susana Abaitua, Álex Monner, Antonio Dechent y Nancho Novo ha obtenido el Premio Ondas a la Mejor serie nacional y Premio MIM a la Mejor Ficción Dramática. Esta producción ha sido una de las ficciones de estreno más vista en las cadenas comerciales, ocupando la tercera plaza de un podio copado por otras dos series de Telecinco: 'Perdóname Señor', que ha supuesto el esperado regreso de Paz Vega a la televisión y se ha convertido en la serie de estreno más vista del año (19,1% y 2.816.000); y 'El accidente', segunda ficción de estreno más exitosa de 2017 con un 17,6% de cuota de pantalla y 2.711.000 espectadores.

La ya mítica 'La que se acerca' ha sido una vez más la serie más vista de Telecinco y la ficción con mejor cuota del año en todas las televisiones (empatando con 'Allí abajo' de Antena 3). Las nuevas aventuras de los vecinos de Mirador de Montepinar han obtenido el mejor target comercial en lo que a ficción se refiere (23,5%) y los mejores registros de todas las cadenas en visionados en diferido.

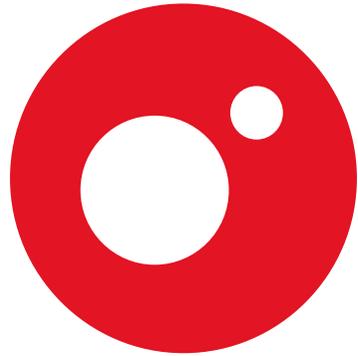


## Informativos Telecinco: referencia informativa por 5º año consecutivo

El año 2017 pasará formar parte de la historia reciente de nuestro país como uno de los periodos de mayor trascendencia política y social, con una agenda informativa marcada por asuntos de gran calado que han despertado un extraordinario interés público y una avidez de noticias generalizada en los espectadores. En este contexto, Informativos Telecinco ha despedido el año como líder indiscutible en el conjunto de las principales ediciones de informativos -sobremesa y tarde de lunes a domingo- con un 14,2% de cuota de pantalla y 1.854.000 espectadores, 1,6 puntos sobre su homólogo en la cadena rival y por encima incluso de los espacios informativos de la televisión pública.

En sus ediciones de lunes a viernes, Informativos Telecinco 21:00h ha sido durante 2017 el espacio de información más visto de todas las televisiones con 2.307.000 espectadores y un 16,3% de share. Su equilibrada fórmula de objetividad, independencia, inmediatez y cercanía ha convertido a la edición de Pedro Piqueras en el espacio más visto de la jornada en todas las cadenas en 44 jornadas del año. A mediodía, Informativos Telecinco 15:00 horas en sus ediciones de lunes-viernes, presentadas por David Cantero e Isabel Jiménez, se ha situado con un 13,7% y 1.695.000 espectadores como la oferta informativa más seguida de su franja de emisión entre las televisiones comerciales. Durante el fin de semana, José Ribagorda y Ángeles Blanco han conseguido liderar la oferta informativa del prime time con un 12,5% de share y 1.696.000 espectadores.





# Público joven y urbano

## **Público joven y urbano, clave de Cuatro para erigirse como oferta destacada para los millennial (7,4%) y como la tercera privada en target comercial (7,3%)**

Ocho años después de su integración en Mediaset España, Cuatro se ha consolidado dentro la compañía como el complemento perfecto de su estrategia multicanal, reforzando la estrategia comercial, así como la oferta de contenidos y la familia de targets alcanzados con los temáticos y Telecinco. En 2017, Cuatro ha refrendado su tendencia diferenciadora dentro del nuevo escenario audiovisual que plantean los nuevos operadores y plataformas de distribución, captando la atención mayoritaria del espectador joven y cosmopolita. No en vano, Cuatro es la cadena nacional generalista que mejor convierte su audiencia total a este segmento, erigiéndose un ejercicio más como uno de los grandes referentes televisivos para los millennial, espectadores de entre 16 y 34 años de ámbitos urbanos, entre los que ha alcanzado un 7,4% de cuota de pantalla, casi 2 puntos por delante de su inmediato competidor entre los canales generalistas, La Sexta (5,5%).

Ampliando la horquilla hasta los 55 años, el canal ha cerrado el año en un 7,1% de share, 0,8 puntos por delante de La Sexta con el público de 25 a 34 años (7,5%) como su principal bastión de espectadores.

Esta gran afinidad con el público joven ha permitido a Cuatro alzarse como la televisión nacional que mejor convierte a target comercial (7,3%) su audiencia en total individuos, siendo un año más la tercera televisión nacional en el segmento de público más codiciado por los anunciantes.

Por franjas, Cuatro ha destacado asimismo en la de mayor inversión publicitaria, el prime time (6,4%), cerrando el ejercicio como el único canal que la mejora (+0,2), igualando con esta cifra su mejor resultado de los últimos siete años.

## **Cuatro, el canal con más estrenos de formatos de producción propia**

Cuatro ha sido un año más referente televisivo en creación, desarrollo y lanzamiento de nuevas marcas de entretenimiento, repitiendo el título como la cadena que más formatos originales de producción propia ha estrenado en 2017, muchos de ellos creaciones originales de Mediaset España coproducidas con las principales productoras de televisión de nuestro país. Una variada oferta de programación que ha permitido a la cadena navegar por géneros tan variados como el factual, el dating show o el reality, sin olvidar los reportajes y la investigación y que ha servido para afianzar contenidos recientes que han confirmado su tirón entre los espectadores y para testar nuevos productos.

2017 ha supuesto la llegada de nuevos formatos a Cuatro como 'Héroes, más allá del deber' (6,3% y 856.000 espectadores), factual que aúna la vida profesional de los principales cuerpos de seguridad y emergencias de nuestro país junto con el día a día de sus vidas en lo personal que registró un 9% en público de 13 a 24 años. También de 'Espíritu Salvaje' (4,4% y 55.4.000) un recorrido por la vida de una atípica familia española, nómadas modernos dispuestos a inculcar a sus hijos el amor por la naturaleza y el respeto medioambiental recorriendo el mundo en busca de especies animales en peligro de extinción en medio de impresionantes paisajes. Completaron los nuevos formatos 'A cara de perro' (7,1% y 819.000), protagonizado por Javier García Roche; 'Tú, yo y mi avatar' (4,8% y 492.000) donde Luján Arguelles dio nuevos aires a la búsqueda del amor en televisión; el show 'Dani & Flo' para poner la nota de humor a las tardes con Dani Martínez, Florentino Fernández y Lara Álvarez, así como 'Snacks' y 'Singles', este último con Nuria Roca, destinado a los millennials.

Por otro lado, 2017 ha sido el año de la consolidación de 'El Xef', el docu-show sobre la vida figura del cocinero con tres Estrellas Michelin Dabiz Muñoz al que se acercaron 1.363.000 espectadores y un 7,6%, líder absoluto en su franja entre espectadores de 24 a 35 años. O de 'Planeta Calleja' (1.392.000 y 8,3%) que ha anotado su temporada más vista como segunda opción de su franja para público de 35 a 54 años

**POR FRANJAS, CUATRO HA DESTACADO ASIMISMO EN LA DE MAYOR INVERSIÓN PUBLICITARIA, EL PRIME TIME (6,4%), CERRANDO EL EJERCICIO COMO EL ÚNICO CANAL QUE LA MEJORA (+0,2), IGUALANDO CON ESTA CIFRA SU MEJOR RESULTADO DE LOS ÚLTIMOS SIETE AÑOS.**

2017 HA SIDO EL AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DE 'EL XEF', EL DOCU-SHOW SOBRE LA VIDA FIGURA DEL COCINERO CON TRES ESTRELLAS MICHELÍN DABIZ MUÑOZ AL QUE SE ACERCARON 1.363.000 ESPECTADORES Y UN 7,6%, LÍDER ABSOLUTO EN SU FRANJA ENTRE ESPECTADORES DE 24 A 35 AÑOS.



(11,1%). También ha tenido lugar el regreso de una nueva temporada de 'Hermano Mayor' (6,8% y 934.000) con Jero García al frente, así como la del decano de los programas de Cuatro, 'Cuarto Milenio', que con 893.000 fieles incondicionales y un 7,9% de cuota media ha mantenido el liderazgo de las madrugadas dominicales anotando la mayor ventaja sobre La Sexta de los últimos cuatro años (+2,3 puntos).

'Los Gipsy Kings' ha sido el programa más visto en Cuatro en 2017, con 1.674.000 espectadores y un 11,5% de share (récord histórico), una cifra que crece hasta el 14,4% en target comercial y que sitúa al docufactual como el líder absoluto de su franja en menores de 35 años (21,%). En el podio de programas le sigue 'Chester', que anota un 8,7% y 1.630.000 espectadores (10,1% en target comercial) y su formato previo 'Chester in Love' (8% y 1.563.000) así como 'Volando voy', con un 8,8% de share y 1.625.000 espectadores (creciendo hasta el 9,5% en target comercial).

Entre los éxitos de Cuatro en el género del docufactual han destacado el regreso de Samanta Villar con 'Samanta y...' (8,5% y 1.351.000), siendo segunda opción de franja entre público de 25 a 34 años (16,9%), solo por detrás de Telecinco, así como el regreso renovado de 'Ven a cenar conmigo', que ha seducido a los espectadores hasta alcanzar en sus últimas semanas registros superiores al 6% y un 9,4% en público de 25 a 34 años.

El concurso gastronómico se ha convertido en un gran tándem junto a 'First Dates', que ha consolidado su éxito con un 7,9% de share, 1.351.000 espectadores y un 10,1% en target comercial, cifras con las que se ha alzado como el mejor access prime time de Cuatro en los últimos 7 años.

Dentro del dating show, formatos históricos como 'Quien quiere casarse con mi hijo' (8% y 1.012.000 espectadores) y 'Granjero Busca Esposa' (6,9% y 895.000 espectadores) han demostrado un año más su fortaleza, en especial entre los públicos más jóvenes.

En el terreno de la investigación y el reportero, Jesús Cintora ha regresado a Cuatro con 'La línea roja' (5,9% y 915.000 espectadores), mientras que en 'Fuera de Cobertura', Alejandra Andrade ha vuelto a poner el foco en los temas más controvertidos (5,9% y 912.000 espectadores, junto a los reportajes de 'En el punto de mira' (7,1% y 1068.000) y su spin off estival 'El verano en el punto de mira' (8,9% y 1.120.000).

Pegado a la realidad y con el objetivo de despertar conciencias y situar en el foco del debate en torno al acoso escolar, Cuatro ha ofrecido este año el programa 'Proyecto Bullying' (5,2% y 897.000 espectadores) con Jesús Vázquez al frente, arrojando la aplaudida campaña de comunicación social de 12 Meses 'Se buscan valientes'.



CUATRO HA VUELTO A DEMOSTRAR UNA EXCELENTE SINTONÍA CON LOS ESPECTADORES QUE BUSCAN ENTRE SU OFERTA DE PROGRAMACIÓN CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO Y TAMBIÉN INFORMACIÓN Y ANÁLISIS EN CLAVE POLÍTICA.

## Ficción y cine internacional, una apuesta de calidad

‘El Blockbuster’ (7,8% y 1.074.000) y ‘Home Cinema’ (7,6% y 918.000 – 6,1% y 680.000), con su versión especial ‘El Blockbuster Kids’ (7,4% y 917.000) son los dos principales contenedores cinematográficos de Cuatro, y en 2017 no solo han revalidado su pujanza frente a la oferta de sus directos competidores, sino que han incrementado la distancia que los separa gracias a su programación de destacados títulos del mejor cine de Hollywood y estrenos en primicia en televisión.

Por su parte, ‘Expediente X’ (7,3%, 897.000 espectadores y 9,8% en target comercial), ‘Mentes Criminales’ (946.000 espectadores y 5,8% de share y 7,4% en target comercial) y ‘Z Nation’, (628.000 y 5,6% de share, con un 7,6% en target comercial) han constituido la oferta de ficción internacional en Cuatro.

## La actualidad, clave en Cuatro

En este año especialmente convulso por la actualidad política y social, Cuatro ha vuelto a demostrar una excelente sintonía con los espectadores que buscan entre su oferta de programación contenidos de entretenimiento y también información y análisis en clave política. Así, ‘Las Mañanas de Cuatro’, el matinal informativo que conduce Javier Ruiz ha anotado su tercer mejor año tanto en cuota, un 10,6%, como en número de espectadores, 643.000. A continuación ‘Noticias Cuatro’ con Carme Chaparro al frente ha congregado un 11,1% de cuota de pantalla y 1.090.000 espectadores, mientras que el informativo de autor conducido por Miguel Ángel Oliver ha alcanzado en 2017 un 4,3% de share y 454.000 espectadores. Los fines de semana, Roberto Arce y Marta Reyero han anotado récord histórico con un 10,2% de share y 875.000 seguidores.

En materia deportiva, Manu Carreño ha formado tándem junto a Juanma Castaño al frente de la edición de sobremesa de “Deportes Cuatro”, que con una media del 7,2% de share y 880.000 espectadores ha mantenido su hegemonía como el informativo deportivo más visto de la televisión, con una diferencia de 2 puntos sobre ‘Jugones’ de La Sexta (5,2% y 632.000), manteniendo su sólido liderazgo en su franja de emisión.



MEDIASET ESPAÑA SE HA AFIANZADO COMO EL GRUPO AUDIOVISUAL REFERENTE EN LAS GRANDES CITAS DEPORTIVAS DE LOS ÚLTIMOS AÑOS.

## El Eurobasket 2017, el Europeo Sub 21 y la Supercopa de España, eventos deportivos más destacados del año en Mediaset España

Mediaset España se ha afianzado como el grupo audiovisual referente en las grandes citas deportivas de los últimos años. Tras anunciar la adquisición de los derechos del próximo Mundial de Fútbol de Rusia que se celebrará en 2018, durante este año ha emitido el Eurobasket 2017, los encuentros amistosos de la Selección Española absoluta de fútbol, el Europeo Sub 21 de fútbol disputado en Polonia, la final de la Copa del Rey de fútbol, la Supercopa de España y la final del torneo de tenis Roland Garros.

Telecinco ha emitido todos los partidos amistosos de la Selección Española de fútbol reuniendo una media de más de cuatro millones y medio de espectadores (4.577.000) y un 27,7% de share, con el encuentro Francia-España (32,8% y 5.922.000) como el más visto. En competiciones de clubes, la cadena ofreció la final de la Copa del Rey de fútbol entre el F.C. Barcelona y el C.D. Alavés (36,2% y 5.523.000) y la Supercopa de España que enfrentó al Real Madrid y al F.C. Barcelona, con un 46,8% de share y 6.348.000 espectadores y un 49,8% de cuota y 6.553.000 espectadores en los encuentros de ida y vuelta, respectivamente, cifras que mejoraron en su conjunto en más de 26 puntos de share respecto a 2016. Además, Telecinco emitió la final de Roland Garros que enfrentó a Rafa Nadal con Stan Wawrinka anotando un 26,5% de share y 3.455.000 espectadores.

Por su parte, Cuatro ha sido testigo de un nuevo éxito de la Selección Española de baloncesto al alcanzar la medalla de bronce en el Eurobasket 2017. Los encuentros disputados por España obtuvieron una media del 14,7% de share y 1.685.000 espectadores, superando los tres millones de espectadores en la semifinal disputada ante Eslovenia (3.044.000 y 21,7%). El resto de duelos en los que no participó la Selección Española fueron emitidos a través de Be Mad.

Además, Cuatro ha ofrecido los encuentros de la Selección Española Sub 21 de Fútbol correspondientes al Europeo de Polonia con una media del 23,5% de cuota y 2.843.000 espectadores, alcanzando un 33,7% de share y 4.151.000 espectadores en la final entre España y Alemania. En pretemporada, la cadena también ha emitido la International Champions Cup, torneo en el que participó el Real Madrid y el F.C. Barcelona junto a los clubes más importantes del mundo. El duelo entre el Real Madrid y el F.C. Barcelona obtuvo un 48,6% de share y 1.780.000 espectadores.





## Seis años como líder temático

Factoría de Ficción se ha erigido nuevamente como el canal temático más visto de 2017, encadenando seis años consecutivos de liderazgo incontestable con un 3,1% de share en total individuos. El canal de series y cine de Mediaset España se ha convertido además en la tercera televisión nacional en jóvenes 13-24 años con un 8,9% de cuota, batiendo incluso a televisiones generalistas como La Sexta un año más en este target.

SHARE TOTAL

**3,1%**

Iconos de la comedia nacional, espacios de humor, sitcoms estadounidenses, emblemáticas ficciones de producción internacional y blockbusters han integrado la parrilla de programación del canal, catapultándolo al éxito en este ejercicio. Los especiales de 'El club de los mandangas', en los que los actores fijos y episódicos de 'La que se avecina' rememoran los momentos más divertidos de la serie; y 'Gym Tony L.C.', spin off de la popular tira cómica ambientada en un gimnasio urbano, han debutado en Factoría de Ficción reforzando su sólida oferta de humor made in Spain, avalada por aclamados títulos como 'La que se avecina', 'Aída' y 'Los Serrano'.

Su oferta de ficción internacional ha acogido nuevos capítulos de la dramedia 'Shameless' y un amplio abanico de géneros televisivos: la sitcom 'Papá canguro', la comedia familiar 'Melissa y Joey', el drama médico 'Royal Pains' y las series de investigación 'Caso abierto', 'Mentes criminales', 'Mentes criminales: Sin fronteras' y las sagas de 'C.S.I.', entre otras. Acción, comedia familiar, ciencia ficción, intriga y animación han protagonizado la cartelera cinematográfica de Factoría de Ficción logrando el respaldo del público con blockbusters como 'Guerra mundial Z', 'El amanecer del planeta de los simios', 'Red', 'Kingsman: Servicio secreto', 'Avatar', 'Zooloco' y las películas de Telecinco Cinema 'Ocho apellidos vascos', 'Ocho apellidos catalanes' y 'Las aventuras de Tadeo Jones'.





# Tercer canal temático más visto en 2017

Una estrategia de programación 360° basada en su decidida apuesta por nuevos formatos, la creación de eventos y sellos temáticos, la continua renovación de sus contenidos y la interacción con los espectadores en antena, internet y redes sociales, han hecho de Divinity en 2017 la tercera temática más vista junto a Nova, con un 2,2% de share en total individuos, un 2,8% en target comercial y un 3,6% en su core target (mujeres de 14 a 44 años).

Su imagen de marca se ha visto reforzada con la puesta en marcha de 'Sofá, Cine y Divinity', su nuevo contenedor dedicado al Séptimo Arte que se ha unido a los emblemáticos sellos temáticos de ficción 'Series que enamoran' y 'Divinity Crime', complementando la riqueza de géneros del canal e invitando a los espectadores a disfrutar de inolvidables sesiones de cine con las mejores historias del celuloide.

Eventos especiales de programación han enmarcado los principales estrenos de ficción y factuales del canal como 'Pink Friday', que coincidiendo con las campañas comerciales globales del Black Friday y del Cyber Monday apostó por el debut del fashion-reality 'Pasarela a la fama'; 'I'm so excited', que incluyó el doble estreno del docu-reality 'Body Fixers' y del fashion-talent 'Curvy Supermodel'; 'Divinity Pink Emergency', en el que el desenlace de la 13ª temporada de 'Anatomía de Grey' compartió protagonismo con la reemisión de los capítulos más trepidantes de diversas 'Series que enamoran'; 'Everyday is Christmas', en el que los estrenos y la temática navideña han sido los grandes protagonistas en noviembre y diciembre; e incorporando la nueva tendencia al alza del 'feísmo' a su programación con motivo del estreno de 'Yo soy Bea' por primera vez en formato panorámico 16:9 en tira diaria.

La ficción estadounidense ha sido uno de los grandes pilares de la oferta de programación de prime time de la cadena con la emisión de nuevas temporadas de las series procedimentales 'Major Crimes',

'Cómo defender a un asesino', 'Elementary', 'Motive', 'Murder in the First' y 'Al descubierto'. En cuanto a factuales y concursos, Divinity ha reforzado la oferta de sus sellos 'Divinity Home' con el estreno de 'Comprar, restaurar, vender' e 'Ilumina tu Navidad' y la emisión de nuevas temporadas de 'Vender para comprar' y 'La casa de mis sueños'; y de 'Delicious!', contenedor de gastronomía creativa, con el debut del talent culinario 'En mi cocina mando yo'.

La producción propia y las citas musicales más prestigiosas del ámbito nacional han formado parte de los contenidos del canal con espacios como 'Cazamariposas', formato de access prime time presentado por Nuria Marín y Nando Escribano, y 'Luce tu pueblo', branded content conducido en su segunda temporada por Verónica Dulanto; y las retransmisiones en directo de las galas musicales de los Premios Cadena Dial, 'La noche de CADENA 100' y el concierto solidario 'Por Ellas'.

En su sexto año de andadura, Divinity ha articulado la celebración de este aniversario con el lanzamiento de 'Me muero de amor por Divinity', una iniciativa 360° que ha aunado antena, web y redes sociales en el marco de la premier del musical 'El Guardaespaldas', cuyos actores han protagonizado la campaña institucional de la cadena.

SHARE TOTAL  
**2,2%**





# Canal de referencia en ficción internacional

Durante este año, Energy ha reforzado su identidad como canal de series internacionales en abierto, conquistando de forma progresiva a los públicos más atractivos a nivel comercial dentro de la oferta de canales temáticos del mercado. El canal ha marcado su récord histórico con un 2% de share, superando a su principal competidor, Mega (1,8%). También ha anotado máximo histórico en target comercial (2,2%), con un 1,9% de cuota en su core target (hombres de 25 a 54 años).

El canal de series internacionales, que este año ha reforzado su posicionamiento con el claim on air 'Somos muy de series' ha contado entre sus contenidos con producciones de éxito internacional como Expediente X, la franquicia 'C.S.I.', 'The Strain', 'Flashpoint', 'NCIS Los Ángeles', 'Smallville', 'The Americans', 'Grimm', 'Hawai 5.0', 'Marvel Agentes de S.H.I.E.L.D.', 'Agente Carter', 'American Horror Story' o 'Las brujas de East End', entre otras.

A estas series ha sumado eventos temáticos de programación como '13 días de Halloween', acción que incluía el estreno en abierto de 'American Horror Story: Roanoke', la tercera temporada de 'Z Nation' y una selección de episodios de terror de sus series más emblemáticas; 'La noche Marvel', con el estreno de la serie 'Agente Carter' y nuevas entregas de 'Marvel. Agentes de S.H.I.E.L.D.'; 'Expediente X fan edition', que ofrecía a los seguidores de la serie 'Expediente X', una selección de los episodios más emblemáticos de la mítica serie, como antesala de su regreso en Cuatro y la puesta en marcha del sello temático 'Terror Zone', donde se han emitido progresivamente series de ficción dirigidas a público amante del misterio, el terror y la ciencia ficción.



EL CANAL HA MARCADO SU RÉCORD HISTÓRICO CON UN 2% DE SHARE.



# El canal para jóvenes

## unifica la estrategia 360° de TV e internet

En su segundo año de andadura, el canal en HD de Mediaset España (0,6%) creció dos décimas respecto a 2016 elevando su media nacional hasta el 0,8% en target comercial y marcando un 0,9% en su core target (hombres de 16 a 44 años), imponiéndose en este parámetro a los otros canales nacidos en 2016 y empatando con Dkiss.

Be Mad es hoy por hoy uno de los canales que mejor ejemplifica la fusión 360° entre el contenido digital y televisivo con una oferta millennial de contenidos de televisión adaptados a su lenguaje y con calidad profesional.

Be Mad ha incorporado la emisión en directo de los programas de Radioset 'Partido a partido' y 'MorninGlory', dentro del sello 'Be Mad Live!', así como algunos de los formatos nativos más seguidos de la plataforma de video Mtmad, como 'Rodéanos', 'Hackers del sexo', 'Poderosa Afrocita', 'Gipsy Queens' o los videoblogs 'Dando la talla que es gerundio' de Tania Llasera y 'By Pelayo' de Pelayo Díaz, entre otros.

En producción propia ha estrenado las nuevas temporadas de 'ConvénZeme', primer formato literario grabado y realizado con móviles 4G conducido por Mercedes Milá y seis nuevas entregas 'Río Salvaje' programa de aventuras presentado por Kike Calleja mostrando el trabajo de la reserva natural de Gondwana en Sudáfrica.

Además, el canal divulgativo, comprometido con acciones solidarias, ha estrenado 'La niña bonita', documental que aborda el drama sirio en particular y el de los refugiados en dos momentos diferentes de la historia, se ha volcado en la campaña de donación de órganos 'Eres perfecto para todos' de 12 Meses con una programación especial que incluía el estreno del documental 'La intérprete' y ha recordado el terremoto que asoló Katmandú en 'Rising Nepal', reportaje que cuenta el drama de varios supervivientes al sismo.

De forma pionera y fiel a su genuina vocación de llevar a cabo una programación transversal, Be Mad ha introducido la experiencia Binge-Watching, un modelo de emisión non stop de especiales monográficos bajo el claim 'Mereces atracones diarios'.

Be Mad también ha servido de escaparate a eventos deportivos ofreciendo algunos de los encuentros del Eurobasket 2017, del Europeo Sub 21 disputado en Polonia y la emisión en directo del World Fight Tour, espectáculo de artes marciales mixtas que se celebró en Las Palmas de Gran Canaria.

Por otra parte, el canal ha reforzado su sello temático 'Be Mad Planet' ofreciendo contenido inédito de 'Planeta Calleja Extras' y la carrera ciclista 'Imparables' en Nueva Zelanda, participada por Santi Millán.

En producción ajena, han destacado los estrenos de 'Cooking Up a Tribute', documental culinario protagonizado por el equipo de Celler de Can Roca, así como los factuales 'Tarugos contra bestias', 'Gemelos diabólicos' y 'Este cuerpo no es el mio', entre otros.



BE MAD ES HOY POR HOY UNO DE LOS CANALES QUE MEJOR EJEMPLIFICA LA FUSIÓN 360° ENTRE EL CONTENIDO DIGITAL Y TELEVISIVO CON UNA OFERTA MILLENNIAL DE CONTENIDOS DE TELEVISIÓN ADAPTADOS A SU LENGUAJE Y CON CALIDAD PROFESIONAL.



# Cinco años líder de la televisión comercial infantil

Durante 2017 el respaldo de los más pequeños de la casa ha convertido nuevamente a Boing en el canal infantil líder de la televisión comercial con un 12,2% de share entre los niños de 4 a 12 años, un triunfo que se mantiene de manera ininterrumpida desde 2012 y cuya clave este año ha sido el impulso a la producción propia llevada a cabo por el canal.

Esta apuesta por los contenidos propios ha llevado a Boing a estrenar el pasado otoño 'Ben 10 Challenge', concurso internacional presentado por David Amor. Un ambicioso proyecto que implicó el desarrollo de ocho versiones del concurso para otros tantos territorios (Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Polonia, Turquía y Oriente Medio) en el que participaron 320 niños y adultos que viajaron a España desde sus países de origen para asumir el rol de los tres personajes más famosos de la serie: Ben, el joven protagonista, su prima Gwen y su abuelo Max en una serie de desafíos físicos y mentales para poner a prueba su velocidad, fuerza y afán de aventura, así como sus conocimientos sobre la serie.

Boing ha estrenado también 'Wooala!', un espacio de magia y humor con el talento y la experiencia de Borja Montón, ilusionista profesional y Récord Guinness en el Mundial de Magia de 2015, y Mariano Lavida, profesional especializado en la magia con cartas y el trato con los espectadores.

El pasado año también acogió la segunda temporada de 'Hora de aventuras: Misión ¡Zuzumba!'. Como en su primera edición, el concurso estuvo protagonizado por niños y niñas de entre ocho y 12 años acompañados de sus padres, para vivir una serie de aventuras ambientadas en la ficción original de Cartoon Network.

En cuanto a series de animación, Boing ha estrenado las reediciones de dos series míticas: 'Dragon Ball Super', nueva versión de la legendaria serie manga, y 'Ben 10', actualización de la famosa producción de Cartoon Network, así como 'Poderosas magiespadas', junto a nuevas temporadas de sus ya consagradas producciones 'El asombroso mundo de Gumball', un auténtico fenómeno de la animación en nuestro país, 'Clarence', 'Somos osos', 'Tito Yayo' y 'Steven Universe', además de capítulos inéditos de otras series de éxito como 'Doraemon', 'Yo-Kai Watch', 'Teen Titans Go!', 'Dragonball Super' y 'Ninja Go'.

Boing despidió 2017 con dos grandes eventos de programación: el estreno de 'Elementos', mini-serie creada a partir de 'Hora de aventuras', y de 'La 4ª Supernena', que supuso el descubrimiento de Cristal, nueva hermana de Pétalo, Cactus y Burbuja que en la versión española fue doblada por la actriz Leticia Dolera.

Por último, el cine ha sido la otra gran apuesta de Boing para 2017. El canal emitió las películas de Telecinco Cinema 'Atrapa la bandera' y 'Las aventuras de Tadeo Jones', entre otras tantas cintas muy reconocibles. Durante este año, Boing ha situado seis películas entre las diez más seguidas en los canales infantiles con 'Solo en casa' como la más vista de 2017 entre niños de 4-12 años con un 28,4% y 313.000 espectadores. 'Los Minions' (27,6% y 277.000), 'Scooby Doo 2 Desatado' (25,2% y 233.000), 'Garfield' (24 y 232.000), 'El Grinch' (21,3% y 229.000) y 'Rio' (24,2% y 220.000) han completado su ranking.

**DURANTE 2017 EL RESPALDO DE LOS MÁS PEQUEÑOS DE LA CASA HA CONVERTIDO NUEVAMENTE A BOING EN EL CANAL INFANTIL LÍDER DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL.**



## El canal internacional CincoMAS alcanza casi **un millón de abonados hispanohablantes del mercado americano**



Al margen de sus canales nacionales, Mediaset España ha vuelto a estar presente para los espectadores hispanohablantes del continente americano a través de CincoMAS. El canal internacional ha afianzado en 2017 su singladura comercial, incrementando la distribución de su señal con su llegada a territorios como Estados Unidos, México y Ecuador, que se suman a Panamá, Argentina, Chile, Paraguay y Perú. Su emisión en estos países, junto a la incorporación a la plataforma de servicio de televisión en alta mar de GEE, ofreciendo la señal a cruceros y navíos de pasajeros a escala mundial, el número de abonados con acceso a CincoMAS se ha situado este ejercicio cerca del millón de espectadores. Todos ellos han podido disfrutar este 2017 de los principales programas de producción propia de Mediaset España, con especial atención a los espacios emitidos en directo y que han traspasado la frontera oceánica: 'El programa de Ana Rosa', 'Sálvame', 'Viva la vida' o 'Dani & Flo', entre muchos otros, además de Informativos Telecinco y ficciones como 'El príncipe', 'Ella es tu padre' o 'La que se avecina', entre otras.

Además, como parte de Mediaset España, CincoMAS también ha tomado parte dentro de las acciones de comunicación social de la compañía, trasladando la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes' contra el acoso escolar al conjunto de sus emisiones con cortinillas y spots institucionales.

EL CANAL INTERNACIONAL HA AFIANZADO EN 2017 SU SINGLADURA COMERCIAL, INCREMENTANDO LA DISTRIBUCIÓN DE SU SEÑAL CON SU LLEGADA A TERRITORIOS COMO ESTADOS UNIDOS, MÉXICO Y ECUADOR, QUE SE SUMAN A PANAMÁ, ARGENTINA, CHILE, PARAGUAY Y PERÚ.



## Mediaset España consolida su liderazgo en el consumo digital de vídeo

Además de ser el medio líder de audiencia en consumo off line, Mediaset España ha dado grandes pasos en 2017 hacia la consolidación definitiva como motor del proceso de digitalización audiovisual por parte de los operadores de televisión, situándose un ejercicio más a la cabeza en consumo de vídeo por Internet, según datos de comScore. A las principales cabeceras de sus canales, Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es y sus plataformas de contenidos a en directo y a la carta Mitele.es y Mtmad.es, se han sumado este año nuevos desarrollos como GeneraciónPro.es, web dirigida al deporte base y Yasss.es, con contenidos especialmente destinados a la llamada 'generación Z' y los millennials, con las que la compañía se ha alzado por segundo año consecutivo hasta la primera posición con un promedio mensual de 81,1 millones de vídeos vistos frente a los 59 millones de Atresmedia entre febrero y noviembre\*.

Mediaset España ha vuelto a establecer un elevado nivel de engagement con sus espectadores, que han sumado 11,5 millones de usuarios únicos de media al mes en 2017 entre todos sus sites, siendo Telecinco.es la más visitada un año más, con un promedio de 7,7 millones de usuarios únicos frente a los 7,1 millones de Antena3.com.

Además, Mediaset España ha sido el grupo de televisión líder en consumo de vídeo con un promedio de 348 millones de minutos de vídeos vistos al mes, situándose en el ranking general sólo por detrás de Google, Openload, Facebook, VEVO y Broadband TV. Con 3 horas y 53 minutos de consumo de vídeo por espectador, también ha sido el grupo con la permanencia más alta, frente a Atresmedia, que se sitúa por debajo de 1 hora y 37 minutos.

Por lo que respecta a las plataformas de contenidos de televisión, Mitele se ha situado como la plataforma líder nacional en consumo de vídeo con una media de 274 millones de minutos de vídeo consumidos al mes entre febrero y diciembre, superando en un 60% a Atresplayer, que registra una media de 161 millones de minutos de vídeo consumidos; mientras que Mtmad.es ha conseguido en el mes de noviembre 691.000 visitantes únicos, superando a Flooxer en un 4,5%.

Por otro lado, las apps de Mediaset España han acumulado hasta final de año 15,4 millones de descargas en smartphones y tablets, siendo las más descargadas Mitele (7,3 millones), 'Gran Hermano' (3,7 millones), 'La Voz' (1,9 millones) y Mediaset Sport (700.000).

Nota. Últimos datos auditados. Fuente: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio calculado en base a datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC. Los datos de Videometrix no tienen en cuenta el mes de enero ya que los datos de Mediaset España se vieron afectados por una incidencia ajena a la compañía.

## Mediaset España renueva el diseño y la arquitectura de su oferta digital para adaptarse al consumo desde cualquier dispositivo

Todas las webs de Mediaset España han estrenado diseño y arquitectura responsive a lo largo de 2017, mejorando considerablemente la experiencia de usuario a través de una navegación más accesible e intuitiva, con una carga de contenidos más rápida dada la nueva capacidad de adaptación al dispositivo desde el que se conecta cada usuario y con mejoras sustanciales desde el punto de vista comercial.

Nuevas webs que han nacido con una nueva cabecera que permite acceder a todo el contenido, desde cualquier página, en cualquier lugar, a través de un menú desplegable en la navegación, una de las tendencias web que se han instalado en el último año y cuya funcionalidad permite que los elementos del menú se mantengan ocultos, dejando más espacio para el contenido de las webs.

Entre las mejoras tecnológicas incorporadas se encuentran el escalado ilimitado, el código isomórfico optimizado para Google que otorga el mismo entorno en usuario y servidor, y un entorno más seguro para la carga optimizada del contenido en tiempo y calidad. Además de eficaz, la carga de contenidos se hace de forma progresiva para que los usuarios consuman datos móviles a medida que demanden información para no sobrecargar la memoria y la batería de ningún dispositivo.

Las webs de Mediaset España se han adaptado también a las nuevas formas de consumo digital en dispositivos móviles, potenciando la navegación vertical con el sistema "infinite scroll" en todos sus

TODAS LAS WEBS DE MEDIASET ESPAÑA HAN ESTRENADO DISEÑO Y ARQUITECTURA RESPONSIVE A LO LARGO DE 2017, MEJORANDO LA EXPERIENCIA DE USUARIO A TRAVÉS DE UNA NAVEGACIÓN MÁS ACCESIBLE E INTUITIVA

ESTE AÑO, ADEMÁS, HA INAUGURADO MITELE PREMIUM CON EL ESTRENO DE LA PELÍCULA 'UN MONSTRUO VIENE A VERME', LA MÁS TAQUILLERA DE 2016.

contenidos e incorporando una nueva guía de televisión con acceso a toda la programación televisiva de todos los canales que informa al usuario de las opciones que tiene para visionarlo, bien en directo o bien a la carta sin necesidad de descargarse ninguna aplicación.

El nuevo diseño ha permitido mejorar la presencia de formatos publicitarios sin penalizar la navegación del usuario a través de una mejor integración de la publicidad en la arquitectura de la información. El nuevo diseño ofrece posiciones publicitarias capaces de bascular con el contenido y mejorar la viewability (visibilidad y eficacia) de los formatos publicitarios que ofrecen además una mayor variedad a los clientes de Publiespaña.

## Mitele, la plataforma de contenidos de televisión líder en España

Mitele ha afrontado con éxito el reto de mantenerse como la plataforma de contenidos de televisión en directo y a la carta líder nacional entre las televisiones en consumo de videos, con una oferta de más de 30.000 horas de contenido a la carta relativo a programas, series, documentales, películas y eventos deportivos, la emisión en directo de todos los canales de Mediaset España, eventos exclusivos como premieres cinematográficas, encuentros con fans o ruedas de prensa, entre otros. El catálogo de Mitele se encuentra disponible en HD a través de la web [www.mitele.es](http://www.mitele.es) que, al igual que el resto, ha renovado un sistema responsive para web desde PC y dispositivos móviles, app y Smart TV, con la última tecnología multibratrate que asegura la calidad del contenido con la adaptación al ancho de banda de cada usuario, con la inclusión de una lista personal de contenidos, control parental y cross-device resume, entre otras mejoras.

Este año, además, ha inaugurado Mitele Premium con el estreno de la película 'Un monstruo viene a verme', la más taquillera de 2016, junto a más de una treintena de cintas producidas por Telecinco Cinema a disposición en la modalidad de alquiler durante un periodo de 72 horas para su reproducción en alta definición en diferentes dispositivos online -ordenador, tabletas y móviles-. El catálogo de películas puede ser visionado sin cortes publicitarios y con un sistema multibratrate que adapta la resolución de la imagen al ancho de banda del espectador. También dispone la función cross device resume, que permite al usuario

pausar la reproducción de la película y continuar desde ese punto en un dispositivo diferente, además de control parental.

Con el lanzamiento en 2017 de Mitele Teens, Mediaset España ha reforzado además su oferta de contenido infantil y juvenil atendiendo al target más joven, habituado al consumo multidispositivo de productos audiovisuales a la carta. Para ellos ha condensado en una misma plataforma dotada de control parental series de animación, películas infantiles y programas de producción propia, disponibles para los menores en función de la edad y de la calificación moral del contenido previamente establecido por sus progenitores. Todo ello en HD, accesibles desde [Mitele.es](http://Mitele.es) y desde su aplicación para smartphones y tablets, tanto para dispositivos Android como iOS.



MEDIASET ESPAÑA HA DADO UN PASO MÁS EN SU OBJETIVO DE HACER COMPAÑÍA AL PÚBLICO, ESPECIALMENTE EL MÁS JOVEN, ATENDIENDO A LA CRECIENTE DEMANDA POR LOS CONTENIDOS NATIVOS DIGITALES Y LAS NUEVAS FÓRMULAS DE ENTRETENIMIENTO EN INTERNET.

## Mtmad, un año tendiendo puentes digitales entre anunciantes y millennials

La plataforma de contenido nativo digital destinado a los millennials, que en 2017 ha celebrado su primer aniversario, ha abierto en estos doce meses un laboratorio experimental para la creación de nuevos lenguajes audiovisuales y nuevas formas de contenidos con las que seguir estableciendo vías de comunicación entre audiencia y anunciantes.

Ferías de videojuegos, reality blogs, festivales, tendencias urbanas, consejos de estilismo, beauty tips, actualidad digital, peleas de gallos a golpe de rap, la trastienda de Mediaset España, rituales esotéricos, street style, foodmarkets y un sinfín de contenido... No hay tendencia que se haya escapado por la ventana de Mtmad a través de los formatos a la carta que el canal ha ido incorporando progresivamente, duplicando hasta más de 80 los 40 formatos iniciales con los que nació a finales de 2016.

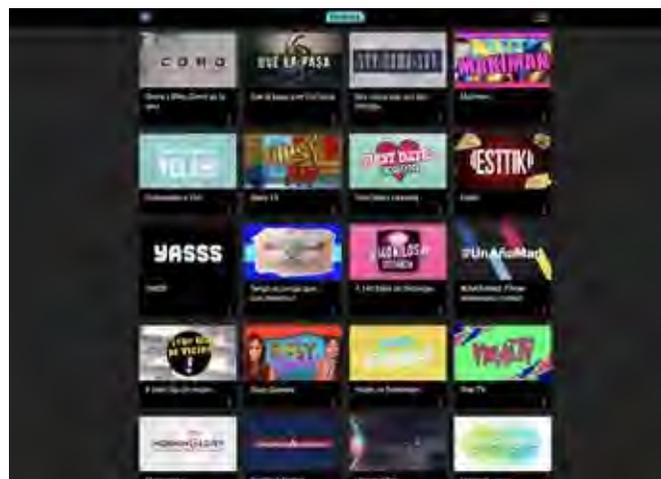
Junto a estos formatos, protagonizados por genuinos personajes procedentes de la tele, plataformas de internet y redes sociales, muchos de ellos ya conocidos y otros tantos emergentes, el streaming ha ido afianzándose en la plataforma para ofrecer contenido en directo que ha permitido a sus talents interactuar en tiempo real con sus usuarios en redes sociales. Claro ejemplo de ello fue el streaming de un programa especial presentado por el dúo de influencers 'The Tripletz', prescriptores del formato 'The Tripletz Challenge Deluxe', para conmemorar el primer aniversario del canal.

Laura Matamoros, Tania Llasera, Pelayo Díaz; Rebe, Noemí Salazar de 'Los gipsy kings', los ex concursantes de 'Gran Hermano' Bea y Rodri, Folagor, Rubén Errebeene, Oto Vans, Cristo Rodríguez, Gloria Camila Ortega, y su novio Kiko, Alyson Eckman, Ylenia, Nacho Montes, Esperanza Gracia, Aless Gibaja, Steisy, Percebes y Grelos y la Mireya Marrón, entre otros son algunos de sus protagonistas.

## Nace Yasss, nueva web con contenidos digitales para la 'Generación Z'

En este escenario, Mediaset España ha dado un paso más en su objetivo de hacer compañía al público, especialmente el más joven, atendiendo a la creciente demanda por los contenidos nativos digitales y las nuevas fórmulas de entretenimiento en Internet. Para ello en 2017 ha lanzado Yasss.es, una nueva web independiente destinada a la conocida como 'Generación Z', es decir, jóvenes nacidos en el s. XXI que no conocen la vida sin internet, acostumbrados a las interacciones a través de las pantallas y cuyas fuentes de información se concentran de forma casi exclusiva en medios de comunicación digitales, redes sociales y las comunidades en línea.

Para ellos, adaptada a sus demandas de información y entretenimiento, Mediaset España ha desarrollado este nuevo site y un programa en streaming en Mtmad que propone temas a veces prácticos, otras banales, pero casi siempre con un estilo muy genuino, sobre ocio, música, series, sexo, feminismo, redes sociales, arte, tendencias y cualquier tema en boga para esta generación postmillennial, con el fin de descubrir realidades que activan la mente y las miradas críticas, que inspiran y, sobre todo, divierten.



GENERACIÓN PRO, PRIMERA WEB DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN NUESTRO PAÍS DEDICADA A CONTENIDOS Y VALORES DEL DEPORTE BASE, INCLUSIVO Y MINORITARIO ADRINADA POR LA REDACCIÓN DE DEPORTES CUATRO Y QUE CUENTA CON SU PROPIO CANAL DE VÍDEOS EN MTMAD.

## Nace Generación Pro, web dedicada a los valores del deporte base

En una sociedad que cada vez más valora el sacrificio asociado al deporte, Mediaset España ha lanzado también Generación Pro, primera web de un medio de comunicación en nuestro país dedicada a contenidos y valores del deporte base, inclusivo y minoritario apadrinada por la redacción de Deportes Cuatro y que cuenta con su propio canal de vídeos en Mtmad. Este nuevo portal se constituye como punto de encuentro de historias anónimas de superación, esfuerzo y solidaridad en todo tipo de disciplinas deportivas que puedan resultar un ejemplo para toda la comunidad, gestas forjadas día a día con ilusión y sacrificio por los jóvenes y niños que las llevan a cabo y por su entorno familiar más cercano, para el que la web dedica distintos espacios destinados a ofrecer consejos de distinta índole para formar a padres, educadores y entrenadores en la no siempre fácil tarea de compaginar el deporte con el día a día de los más pequeños.



## Telecinco Cinema, al frente del cine español por cuarto año consecutivo

Cuatro estrenos de diverso género -una película de animación; dos comedias, una de ellas con tintes de drama; y un thriller psicológico- que se han convertido en un histórico póker de éxito para Telecinco Cinema. La filial cinematográfica de Mediaset España ha culminado 2017 con un doble triunfo al frente del cine español, logrando liderar por cuarto curso consecutivo la cuota de mercado nacional con sus cuatro lanzamientos en salas, que a su vez se han situado como las cuatro películas españolas más vistas y más taquilleras del año.

La recaudación global conseguida por 'Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas', 'Perfectos Desconocidos', 'Es por tu bien' y 'El secreto de Marrowbone' se ha situado en los 49,2M€, cifra que supone el 47,7% de cuota sobre los 100,2M€ de taquilla total alcanzada por los 188 estrenos españoles del año. Además, los cuatro filmes de Telecinco Cinema han logrado llevar a las salas de cine a un acumulado de 8 millones de espectadores, prácticamente la mitad del acumulado de 16,7 millones de espectadores que han asistido a las salas durante el año.

En el marco legal actual que obliga a los operadores de televisión en abierto y de telecomunicaciones a invertir en producciones de cine y series, Telecinco Cinema ha vuelto a situarse, por tanto, como la productora líder del cine español por cuarto año consecutivo. Por su parte, Atresmedia Cine, con 10 estrenos en 2017, ha alcanzado una taquilla de 29,2M€, con un 29,2% de cuota de mercado y 4,8 millones de espectadores. Por último, RTVE, con más de 25 proyectos, ha recaudado 15,4M€, con un 15,3% de cuota y 2,6 millones de espectadores.

LA SEGUNDA PARTE DE LA SAGA PROTAGONIZADA POR EL PARTICULAR AVENTURERO, 'TADEO JONES 2. EL SECRETO DEL REY MIDAS', HA SEGUIDO LA SENDA DEL ÉXITO DE LA PRIMERA ENTREGA Y HA FINALIZADO EL AÑO COMO LA PELÍCULA ESPAÑOLA MÁS TAQUILLERA Y MÁS VISTA.

## Tadeo Jones vuelve a alcanzar la cima: la segunda parte de la saga, película española más vista y más taquillera del año

La segunda parte de la saga protagonizada por el particular aventurero, 'Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas', ha seguido la senda del éxito de la primera entrega y ha finalizado el año como la película española más taquillera y más vista. Dirigida por Enrique Gato y David Alonso y con Adriana Ugarte, Michelle Jenner y José Corbacho al frente del doblaje, ha alcanzado los 17,9M€ en taquilla y los 3,2 millones de espectadores, logrando superar en este apartado por casi 500.000 espectadores a su predecesora, 'Las aventuras de Tadeo Jones' (casi 2,8 millones de espectadores). El filme, nominado al Goya a la Mejor Película de Animación, se ha situado además en el tercer lugar del ranking global de recaudación tras 'La Bella y la Bestia' y 'Gru 3. Mi villano favorito'.



## 'Perfectos Desconocidos' alcanza la segunda plaza

A pesar de haber llegado a las salas de cine en el último mes del año (1 de diciembre), la película dirigida por Álex de la Iglesia y protagonizada por Ernesto Alterio, Juana Acosta, Eduard Fernández, Dafne Fernández, Eduardo Noriega, Belén Rueda y Pepón Nieto se ha situado en la segunda posición del ranking del cine español tras acumular al cierre del año 14M€ de recaudación y superar los 2 millones de espectadores. Además, ha logrado situarse en el Top 10 del ranking de películas nacionales e internacionales más taquilleras del año, ocupando el noveno lugar.





## ‘Es por tu bien’, en tercer lugar

Estrenada en el mes de febrero, la comedia ‘Es por tu bien’, dirigida por Carlos Therón y protagonizada por Jose Coronado, Javier Cámara y Roberto Álamo, se ha mantenido entre las películas españolas más vistas y con mayor recaudación, situándose en la tercera posición con 9,5M€ y 1,6 millones de espectadores y como el decimocuarto estreno más taquillero del año contabilizando tanto los lanzamientos nacionales como los internacionales.

## Cuarta posición para ‘El secreto de Marrowbone’, el debut de Sergio G. Sánchez en la dirección de largometrajes

Telecinco Cinema ha cerrado su póker de exitosos estrenos con ‘El secreto de Marrowbone’, ópera prima de Sergio G. Sánchez, nominado al Goya a la Mejor Dirección Novel, conquistando la cuarta posición del ranking de recaudación con 7,3M€ y 1,2 millones de espectadores. Con J.A. Bayona como productor ejecutivo, este thriller psicológico ha contado con un reparto integrado por los actores internacionales Anya Taylor-Joy, George Mackay, Mia Goth, Charlie Heaton, Matthew Stagg y Kyle Soller.

## Telecinco Cinema, al frente de 13 de las 20 películas más taquilleras de la historia del cine español

Tras acaparar la atención mayoritaria de los espectadores en 2017 con sus cuatro estrenos, Telecinco Cinema ha cerrado el año con un total de 13 producciones entre las 20 películas más taquilleras del cine español (fuente ICAA), un ranking al que se han sumado ‘Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas’ y ‘Perfectos Desconocidos’.

	Largometraje	Estreno	Recaudación	Espectadores
1	8 APELLIDOS VASCOS	2014	55.379.947,62 €	9.397.647
2	LO IMPOSIBLE	2012	42.408.546,61 €	6.129.025
3	8 APELLIDOS CATALANES	2015	35.481.514,94 €	5.693.197
4	LOS OTROS	2001	27.254.163,38 €	6.410.561
5	UN MONSTRUO VIENE A VERME	2016	26.478.940,00 €	4.618.065
6	EL ORFANATO	2007	25.061.449,98 €	4.420.636
7	LA GRAN AVENTURA DE MORTADELO Y FILEMON	2003	22.847.733,13 €	4.985.983
8	TORRENTE 2	2001	22.142.173,13 €	5.321.969
9	AGORA	2009	21.391.197,61 €	3.492.572
10	MAR ADENTRO	2004	19.837.472,83 €	4.099.442
11	TORRENTE 4	2011	19.356.588,23 €	2.632.922
12	LAS AVENTURAS DE TADEO JONES	2012	18.211.373,53 €	2.761.509
13	TORRENTE 3, El Protector	2005	18.168.924,78 €	3.575.759
14	TADEO JONES 2. EL SECRETO DEL REY MIDAS	2017	17.916.512,00 €	3.227.171
15	PALMERAS EN LA NIEVE	2015	17.048.738,61 €	2.698.417
16	ALATRISTE	2006	16.715.741,56 €	3.182.491
17	EL NIÑO	2014	16.203.713,45 €	2.757.138
18	CELDA 211	2009	13.145.423,48 €	2.129.571
19	PERFECTOS DESCONOCIDOS	2017	12.988.189,00 €	2.014.745
20	EL OTRO LADO DE LA CAMA	2002	12.616.656,38 €	2.826.156

LA FILIAL DE CINE DE MEDIASET ESPAÑA HA PRODUCIDO LA PELÍCULA ESPAÑOLA MÁS TAQUILLERA EN 10 DE LOS ÚLTIMOS 16 AÑOS.

Además, la filial de cine de Mediaset España ha producido la película española más taquillera en 10 de los últimos 16 años, situación que además se produce de manera consecutiva los últimos cuatro cursos con 'Ocho apellidos vascos' (2014), 'Ocho apellidos catalanes' (2015), 'Un monstruo viene a verme' (2016) y 'Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas' (2017).

## Productor Independiente del Año

La labor llevada a cabo por Telecinco Cinema desde el inicio de su actividad ha sido merecedora en 2017 del Premio CineEurope al Productor Independiente del Año, un reconocimiento de la International Union of Cinemas (UNIC), que representa a exhibidores y sus asociaciones nacionales en el continente europeo, concedido a la filial de cine de Mediaset España, "cuyos logros en las cerca de dos últimas décadas le han convertido en uno de los grandes estudios cinematográficos no solo de España sino también de Europa", según declaró Andrew Sunshine, vicepresidente de The Film Expo Group, organizador de la convención anual de UNIC en la que se entregaron estos galardones.

Telecinco Cinema se ha sumado así a una extensa lista de destacados distribuidores y exhibidores mundiales premiados por CineEurope, que también ha reconocido a figuras destacadas como James Cameron, Guillermo del Toro, J. A. Bayona, Jerry Bruckheimer y Antonio Banderas.



## Un drama, una superproducción y una comedia, proyectos que han finalizado su rodaje y verán la luz en 2018

Un drama, una superproducción protagonizada por un popular superhéroe español y una comedia son los tres nuevos proyectos de Telecinco Cinema que han finalizado su rodaje en 2017 y llegarán a las salas de cine a lo largo de 2018.

Dirigida por Norberto López Amado y protagonizada por Belén Rueda, 'El cuaderno de Sara' inaugurará los estrenos de la filial cinematográfica de Mediaset España. Con guión de Jorge Guerricaechevarría ('Cien años de perdón', 'El Niño'), cuenta con un reparto que completan Manolo Cardona, Marian Álvarez, el debutante Ivan Mendes y Nick Devlin, además de la colaboración especial de Marta Beláustegui y Enrico Lo Verso. Con un rodaje de ocho semanas en la República de Uganda y la isla de Tenerife, la acción se centra en la búsqueda que Laura emprende para localizar a su hermana Sara, desaparecida en medio de la selva del Congo. La aparición de una foto en medio de un poblado minero empuja a Laura a iniciar un peligroso rodaje al corazón de África.

'Yucatán' se convertirá en el segundo lanzamiento de la factoría de Telecinco Cinema. Dirigida por Daniel Monzón y con una trama que transcurrirá en un crucero, esta comedia cuenta con un elenco coral encabezado por Luis Tosar, Rodrigo de la Serna, Stephanie Cayo, Toni Acosta, Joan Pera, Gloria Muñoz y Agustín Jiménez.

Por otro lado, 'Superlópez' será el tercer estreno de 2018, una gran aventura protagonizada por este clásico superhéroe español al que dará vida Dani Rovira, al frente de un reparto dirigido por Javier Ruiz Caldera e integrado por Alexandra Jiménez, Julián López y Maribel Verdú.

Además, en 2017 Telecinco Cinema también ha culminado el rodaje de 'Ola de Crímenes', que se encuentra en fase de post producción. Dirigida por Gracia Querejeta, esta comedia de acción cuenta con Maribel Verdú al frente de un reparto que completan Paula Echevarría, Juana Acosta, Raúl Arévalo, Antonio Resines y Raúl Peña, con la colaboración especial de Luis Tosar y las intervenciones de dos jóvenes talentos, Asier Ricarte y Miguel Bernardeau.

LA  
COMERCIALIZACIÓN  
DE CONTENIDOS  
PARA PLATAFORMAS  
VOD, OTROS  
CANALES Y  
SOPORTES HA  
CONQUISTADO  
NUEVOS  
TERRITORIOS EN  
2017, SUMANDO  
NUEVAS AUDIENCIAS  
EN LOS MÁS DE 140  
PAÍSES DEL MUNDO .

## Las marcas de Mediaset España, ingresos más allá de la publicidad a través de la Dirección Comercial

Mediaset España ha rentabilizado el valor de sus marcas a través de una gestión integral a nivel comercial de sus cadenas, programas, eventos y presentadores, con la colaboración de socios y proveedores externos con los que ha llevado a cabo el desarrollo y la comercialización de productos derivados de sus contenidos de cine, ficción y entretenimiento; la venta de contenidos y derechos y la explotación musical y del negocio editorial, entre otras líneas.

### El contenido de Mediaset España, presente en 140 países

La comercialización de contenidos para plataformas VOD, otros canales y soportes ha conquistado nuevos territorios en 2017, sumando nuevas audiencias en los más de 140 países del mundo en los que está presente a través de sus producciones y adaptaciones de sus formatos.

Mediaset España ha firmado acuerdos de contenidos con las principales plataformas de SVOD como Netflix, Amazon Prime Video y HBO; ha cerrado alianzas para plataformas en Latinoamérica, México y USA, de la mano de Amazon Prime Video y Flow, así como la renovación de nuevos acuerdos con Claro y Blim, plataforma SVOD del grupo Televisa. En el territorio latinoamericano, DirecTV ha seguido apostando por los contenidos de Mediaset España a través de su plataforma de televisión de pago OnDirecTV, al igual que el canal de pago Europa, del grupo AMC. 2017 ha sido asimismo un gran año en la línea de negocio de Transaccional video on demand (TVOD), por el gran número de alquileres online de los éxitos de Telecinco Cinema.

En venta de derechos, Mediaset España ha continuado de manera firme en el crecimiento del área de ventas internacionales. Especialmente relevante ha sido el éxito de la serie 'Se quién eres', vendida en 60 territorios, y de 'El Chiringuito de Pepe'. Además, ha cerrado el primer acuerdo con National Geographic para la emisión en Estados Unidos de la serie 'Cabo Vadillo' y la producción en Italia de 'Mi casa es la tuya'.

## La música al servicio de estrategias audiovisuales

Mediaset España ha vuelto a ser el grupo de comunicación elegido por las grandes discográficas para comunicar sus novedades, con acuerdos exclusivos para la promoción de artistas como Pablo Alborán, Alejandro Sanz, Sergio Dalma, Melendi, Malú, Fito & Fitipadis, Vanesa Martín, Julio Iglesias, Ed Sheeran, Shakira o Diana Krall, entre otros. La compañía ha introducido en sus contenidos una nueva discográfica para llevar a cabo campañas de comunicación de sus lanzamientos en algunos de sus programas.

En paralelo, se han desarrollado grandes iniciativas de placement musical con acciones en programas, mientras que en el apartado de canciones ha destacado el tema 'Todo es posible' interpretado por David Bisbal y Tini para la película "Tadeo Jones 2: el secreto del Rey Midas", cuyo videoclip acumula más de 20 millones de reproducciones en plataformas digitales.

Mediaset España ha llegado a acuerdos para el lanzamiento de álbumes de artistas como Rosario, Vanesa Martín y Alejandro Sanz, conmemorando el 20 aniversario del mítico disco '´ junto con un CD de su histórico concierto. Artistas destacados como Pablo López, Malú y Niña Pastori, han elegido también la antena y las webs de Mediaset España para el estreno en exclusiva de sus nuevos trabajos.

Grupo Editorial Telecinco (GET) la editorial musical de Mediaset España, y Mira Mi Música (MMM) su marca comercial, han continuado su proceso de transformación dentro de su política de transparencia en las relaciones con músicos, compositores y entidades de gestión, y de su vocación de apoyo al talento local, fruto de la cual la compañía ha trabajado con autores y artistas como David Bisbal, Tini, Juan Carmona, Josemi Carmona, Antonio Canales, Rafa Blas, Farruquito, Teo Carralda, Raimundo Amador, Jorge Pardo o Javier Colina, entre otros; así como con los grandes autores de las BSO que hacen más grande, si cabe, el cine y la ficción nacional: Fernando Velazquez, Zacarias Martínez de la Riva, Laura Durand o Arnau Bataller, entre otros.

GET, referente de ambientación audiovisual en nuestro país, ha comenzado el desarrollo de un proyecto tecnológico que permitirá un acceso más ágil de toda la música puesta a disposición de programas y productoras y un mayor y mejor nivel de servicio hacia los músicos y compositores en su relación con Mediaset España, así como una gestión pionera en el intercambio de documentación con la SGAE y otras entidades de gestión de derechos con el fin de que lo mejor de música de Mediaset esté disponible en todas las plataformas digitales.

## Merchandising, licencias, productos derivados y eventos con el ADN de Mediaset España

Mediaset España se ha trasladado a los hogares no sólo a través de las pantallas, sino mediante una serie de productos y eventos derivados de sus contenidos como revistas, videojuegos, discos, conciertos, exposiciones, menaje, electrodomésticos, decoración, libros, apps, juegos de mesa y productos de alimentación, entre otros.

Un año más, y van seis, 'La Voz' ha sido una de las marcas de referencia en su explotación comercial, con el lanzamiento de una batería de instrumentos musicales, junto al micrófono karaoke oficial, siendo España el primer país en licenciar este producto, así como su perfume oficial. Junto a ellos, Mediaset España ha lanzado 'Gana con tu voz', evento colaborador con el casting del programa que recorrió 14 ciudades y en el que se inscribieron más de seis mil concursantes, siendo finalista uno de ellos. En eventos, otro programa pionero en acercarse a sus fans ha sido 'Cuarto Milenio', que ha continuado su gira por España con la 'Exposición del programa' y 'Las Noches del Misterio' con Iker Jiménez y Carmen Porter, recorriendo desde 2015 un total de 16 ciudades españolas con más de 220.000 visitantes.

Otro de los retos ha sido el desarrollo de licencias de 'Mi Casa Es La Tuya', con productos como el set descorchador de vino, los ambientadores para el hogar, el set de cuchillos o dos nuevos volúmenes de CD con la música, que han situado sus productos derivados en todo un referente en la explotación de licencias televisivas. Al igual que los productos derivados de 'First Dates', entre ellos el libro 'El método First Dates' con consejos infalibles para triunfar en una primera cita. La app oficial del programa ha permitido a sus usuarios acceder al casting, contactar con

otros usuarios y, lo más novedoso: conocer a aquellos ex concursantes que no han encontrado el amor. Para cerrar el año brindando, en diciembre llegaba a su restaurante el vino frizzante First Dates.

Asociado a Boing, Mediaset España ha lanzado una libreta de ahorros con una entidad bancaria y ha renovado el acuerdo de licencia para el producto Boing Boing junto con Simba Iberia.

En kioskos, junto a la revista Boing se ha dado cita un año más la Divinity Collection Fashion como pilar fundamental del canal en cuanto a licencias con una tirada media mensual de 100.000 ejemplares y más de 430.00 lectoras al mes, doblando a la segunda revista de moda y belleza hasta situarse como la 4ª revista femenina del total en España (datos EGM -3er. acumulado de 2017).

En el ámbito editorial, la agenda 'Mil Palabras & +' de Cuatro sigue siendo una de las más destacadas las principales novedades literarias de la televisión, junto a las obras de autores de Mediaset España como Carme Chaparro, Premio Primavera de Novela 2017 con "No soy un Monstuo; Sonsoles Ónega con 'Después del Amor' y Carlota Corredera con 'Tú también puedes', entre otros.

En lo que respecta a las series de Mediaset España, los dos grandes fenómenos de ficción nacional del año han supuesto magníficas oportunidades para trasladar su éxito en pantalla al desarrollo de productos derivados como es el caso de 'Sé quién eres' (Premio Ondas y el Premio MIM 2017), con el spin of editorial 'La última palabra de Juan Elías', escrito por el autor de novela negra Claudio Cerdán; o las peripecias de los vecinos de Montepinar, que en la décima temporada de 'La Que Se Avecina' han trasladado su éxito a una tienda online con camisetas oficiales de la serie, [www.camisetaslaqueseavecina.es](http://www.camisetaslaqueseavecina.es), y a una edición especial del Monopoly de 'La que se avecina'.

Mención especial merecen en 2017 las producciones de Telecinco Cinema. "Tadeo Jones", que ha venido acompañada en su nueva película de importantes colaboraciones comerciales de placement y licencias, con la integración de tres destinos turísticos (Granada, Turquía y Perú) y una compañía aérea, así como una batería de productos de diferentes sectores -editorial, juguetero, ocio, educativo, musical y electrónico-, además de la representación de la primera obra de teatro del famoso personaje. Por su parte, 'El Secreto de Marrowbone' se

EN KIOSKOS, JUNTO A LA REVISTA BOING SE HA DADO CITA UN AÑO MÁS LA DIVINITY COLLECTION FASHION COMO PILAR FUNDAMENTAL DEL CANAL EN CUANTO A LICENCIAS CON UNA TIRADA MEDIA MENSUAL DE 100.000 EJEMPLARES Y MÁS DE 430.00 LECTORAS AL MES.

MEDIASET ESPAÑA SE HA TRASLADADO A LOS HOGARES NO SÓLO A TRAVÉS DE LAS PANTALLAS, SINO MEDIANTE UNA SERIE DE PRODUCTOS Y EVENTOS DERIVADOS DE SUS CONTENIDOS.

estrenó acompañada de una edición novelada de la película escrita por el propio director Sergio G. Sánchez, con prólogo de J. Bayona y epílogo de Gustavo Martín Garzo. Por su parte, 'Perfectos Desconocidos' ha supuesto una gran oportunidad para cerrar acuerdos globales con diferentes marcas que han acompañado el proyecto desde su origen, como una compañía tecnológica y de telefonía; una bodaga y una firma de encimeras de granito.

Ya para terminar la descripción de esta línea de negocio, cabe destacar que un año más el Departamento Comercial de Producto Editorial ha puesto las marcas de nuestros programas a disposición de los anunciantes. Esto ha supuesto nuevos acuerdos de cesión de marca con grandes anunciantes de joyería con 'La Voz', de restauración con 'First Dates' o automoción con 'Cámbiame'.

### 'Mi Tienda Mediaset', 'Taquilla Mediaset' y 'Más Que Coches Renting', el desarrollo de negocio digital e-commerce

El desarrollo de negocio digital y el e-commerce han sido un activo estratégico en las actividades de la Dirección Comercial Editorial, por un lado impulsando las marcas ya existentes vinculadas al comercio online, como Taquilla Mediaset y Mi Tienda Mediaset, y por otro, incorporado nuevas líneas como 'Más Que Coches Renting'.

En un entorno en el que el sector de la automoción se encuentra en constante crecimiento, Mediaset España ha lanzado esta nueva plataforma online de renting de vehículos dirigida a particulares, estrechamente vinculada a 'Más Que Coches', el emblemático espacio del motor de Telecinco. Junto a esta nueva línea de e-commerce, Taquilla Mediaset se ha refrendado como una de las webs de venta de entradas más reconocidas en nuestro país con la garantía de Ticketmaster, a la par que el programa de televisión Taquilla Mediaset se consolidado como la agenda de eventos televisiva por antonomasia. Este ejercicio, la web de ventas ha cerrado acuerdos con más de una treintena promotores para comercializar y promocionar más de 50 eventos diferentes musicales y teatrales.

2017 ha sido además el año en que Taquilla Mediaset se ha convertido en el socio ideal para los musicales que llenan las carteleras de nuestro país. Promotores de shows como 'El Guardaespaldas', 'La Familia Addams', 'The Hole Zero', 'Dirty Dancing' o 'Cabaret' han apostado por su alianza con Mediaset España, a la par que la compañía ha empezado a colaborar de forma muy activa con teatros de Madrid y Barcelona para promocionar sus obras.

Mi Tienda Mediaset, ([www.mitiendamediaset.es](http://www.mitiendamediaset.es)), la web donde están disponibles todos los productos oficiales de Mediaset España, se ha sometido a un importante rediseño y renovación este año, gracias al cual se ha adaptado por completo a los estándares tecnológicos que marcan los líderes del sector. Ahora, con tres simples clics, es posible comprar desde el teléfono móvil cualquier producto de su extenso catálogo, que se ha seguido ampliando al incorporar todas las nuevas referencias desarrolladas desde la Dirección Comercial de Producto Editorial.

Todo ello, aprovechando el elevado potencial de impacto social de Mediaset España, la compañía ha cerrado acuerdos de placement en redes sociales, acercando todos los lanzamientos a sus usuarios, acompañado de acciones puntuales de fidelización como concursos con los que Mediaset enlaza sus marcas a experiencias o productos únicos, dando como resultado una combinación exclusiva de valor añadido valorada muy positivamente por el usuario de Mediaset.



LA COMPAÑÍA HA CERRADO ACUERDOS DE PLACEMENT EN REDES SOCIALES, ACERCANDO TODOS LOS LANZAMIENTOS A SUS USUARIOS, ACOMPAÑADO DE ACCIONES PUNTUALES DE FIDELIZACIÓN COMO CONCURSOS CON LOS QUE MEDIASET ENLAZA SUS MARCAS A EXPERIENCIAS O PRODUCTOS ÚNICOS.

ATLAS, LA AGENCIA AUDIOVISUAL DE NOTICIAS DE MEDIASET ESPAÑA, HA DEMOSTRADO NUEVAMENTE SER LA COMPAÑÍA LÍDER EN PRODUCCIÓN DE NOTICIAS EN VÍDEO, CON UN VOLUMEN SUPERIOR A 3.000 NOTICIAS MENSUALES.

## Atlas, la mejor oferta diaria de noticias y servicios de producción audiovisual

2017 ha presentado un exigente panorama informativo que ha puesto a prueba a las principales agencias de noticias y proveedores de contenidos y servicios informativos. Un ejercicio crucial en el que Atlas, la agencia audiovisual de noticias de Mediaset España, ha demostrado nuevamente ser la compañía líder en producción de noticias en vídeo, con un volumen superior a 3.000 noticias mensuales, dando cobertura a los principales acontecimientos del año: la crisis institucional en Cataluña con el referéndum, la declaración de independencia, la aplicación del artículo 155 los posteriores ingresos en prisión de sus responsables y las elecciones catalanas, entre otros asuntos relacionados con el conocido procés; los atentados del Estado Islámico en Barcelona y Cambrils, Londres, Manchester, Estocolmo y París; el desarme de ETA, las primarias en el PSOE, la comparecencia del presidente Rajoy en el juicio Gürtel, la sentencia del caso Noos, la dimisión de Esperanza Aguirre, el juicio por el caso Palau, el suicidio de Miguel Blesa, la detención del presidente de la FEF Ángel María Villar, la exhumación de los restos de Salvador Dalí, el fallecimiento por accidente de Ángel Nieto, la declaración de Cristiano Ronaldo por presunto fraude fiscal, los incendios en Galicia, el juicio a “la manada”, el fallecimiento del Fiscal General del Estado o la detención del presunto asesino de Diana Quer, entre otras muchas noticias.



Atlas también ha dado cobertura a los principales eventos deportivos ocurridos durante el año. El Eurobasket celebrado en Rumanía, Israel, Turquía y Finlandia, la Champions League con un seguimiento especial de la final entre Juventus y Real Madrid en Gales, la Liga, la Copa del Rey, la Supercopa de España, el Europeo Sub-21 de fútbol celebrado en Polonia; y por supuesto las principales noticias de actualidad del mundo del deporte.

Respecto a su servicio de noticias de agencia, Atlas se mantiene como el referente de agencias de información audiovisual. Televisiones nacionales, internacionales, autonómicas, locales, productoras y medios online confían cada día en ella para editar sus informativos, programas de actualidad y videonoticias web. Más de 120 abonados están suscritos a su servicio y reciben diariamente las principales noticias ocurridas en España y fuera del país. Un servicio que cuenta con diferentes bloques temáticos: actualidad española, actualidad internacional, deportes, noticias autonómicas y noticias editadas. Atlas ofrece a sus abonados en total diariamente más de 100 noticias al día y un completo servicio de archivo.

En el mercado internacional, el servicio de noticias en español Spanish Video Reports sigue consolidándose entre los medios digitales americanos de habla hispana, con más de 300 noticias en vídeo distribuidas al mes entre los abonados a este servicio.

Desde su área de Servicios Broadcast, ha coordinado mensualmente más de 1.000 conexiones en directo para televisiones nacionales e internacionales, canales autonómicos y locales, medios digitales y plataformas live video streaming de redes sociales. Durante el año 2017 ha destacado el especial despliegue de Atlas durante la crisis institucional de Cataluña y los atentados ocurridos en agosto en Barcelona y Cambrils. Más de 100 profesionales dieron cobertura a clientes nacionales y también internacionales, como CNN, quien confió en sus servicios para informar en directo sobre los atentados durante 72 horas seguidas. Sky News, RTL Alemania, RAI, Caracol TV, IHA, son algunos de los medios internacionales que también la eligieron como proveedor de servicios técnicos y de producción para dar cobertura a esta noticia de alcance mundial.

EN EL PLANO INTERNACIONAL, ATLAS CONTINÚA SIENDO UN REFERENTE COMO PROVEEDOR DE BROADCAST SERVICES PARA EMPRESAS COMO LA BRITÁNICA BBC, QUE CONTRATÓ SUS SERVICIOS PARA SU ESPECIAL COBERTURA CON MOTIVO DE LAS ELECCIONES EN EL REINO UNIDO.

En el plano internacional, Atlas continúa siendo un referente como proveedor de Broadcast Services para empresas como la británica BBC, que contrató sus servicios para su especial cobertura con motivo de las elecciones en el Reino Unido.

Más allá de sus servicios breaking news, también ha sido la agencia encargada de producir en directo eventos como los Premios Fronteras del Conocimiento de la Fundación BBVA; ofrecer en directo vía streaming para Mitele un día de rodaje de la película 'Súperlópez'; llevar a cabo la presentación Hewlett Packard Enterprises en "Discover 2017 Madrid" desde IFEMA; la producción y streaming del 'Dulceweekend' con la influencer Dulceida, o la grabación y producción del programa "Luce tu pueblo" para Divinity, entre otras.

En este sentido, dentro de Mediaset España, Atlas ha llevado a cabo toda la producción, un ejercicio más de Informativos Telecinco, Noticias Cuatro y 'Las Mañanas de Cuatro', dando soporte de producción a espacios como 'El Programa de Ana Rosa', 'Sálvame', 'Sábado Deluxe', 'Viva la vida' y 'El Programa del Verano', entre otros. También ha llevado a cabo producciones comerciales y publicitarias a través de su estrecha colaboración con Publiespaña y su red de clientes.

Por último, Atlas ha engrosado sus clientes en el apartado de servicios audiovisuales de comunicación dirigidos a empresas e instituciones que precisan de la colaboración de una empresa especializada en la producción audiovisual para llevar a cabo sus estrategias de comunicación. Producción de vídeos corporativos e institucionales, elaboración y distribución de videocomunicados, desarrollo de eventos en directo, son algunos ejemplos de los servicios de producción y comunicación que ha ofrecido a clientes como la agencia BBDO Proximity (con acciones para Skoda y Renault), Fly me to the moon (con acciones para Lidl, Vueling, Kaiku y Barceló), Havas (Fundación El Almendro y Divina Pastora Seguros), HK Strategies (Solvía), Lewis (Samsung), L'Oreal, Sigla Comunicación (Audi) o Tingle (Font Vella), entre otros clientes.



LOS CANALES DE MEDIASET ESPAÑA SIGUEN CONTRIBUYENDO, AÑO A AÑO, A DIFUNDIR LAS PRINCIPALES CAUSAS SOCIALES, ÉTICAS O MEDIOAMBIENTALES DE SU ENTORNO.

## Entretenimiento, información y compromiso social

Mediaset España colabora con la difusión de diversas causas sociales y ambientales mediante la **difusión en sus contenidos**, contribuyendo a la recaudación de fondos para ONGs y ofreciéndose como plataforma para la difusión de reivindicaciones que promueven la convivencia, la igualdad, la protección ambiental o la salud, entre otros. Las principales causas apoyadas por Mediaset España en 2017 fueron:

### World Pride 2017

Mediaset España se ha sumado a la celebración del World Pride 2017. Desde el 24 de junio hasta el 2 de julio, los canales Telecinco, Cuatro, Divinity, BeMad y Mtmad ofrecieron contenidos específicos sobre el evento que se celebraba en Madrid.

Un rosco LGTBI en 'Pasapalabra', la Noche del Orgullo del Amor en 'First Dates', el estreno de la campaña de autopromociones 'Diversity' y 'Cazamariposas Pride' en Divinity; así como especiales de 'Conexión Samanta' sobre la transexualidad en BeMad y videoblogs temáticos en Mtmad, han sido algunos de los contenidos elaborados y difundidos con motivo del World Pride 2017.

### Detección precoz del cáncer de mama y de próstata

En 2017 se ha emitido una campaña para concienciar sobre la detección precoz del cáncer de mama y de próstata. Con la colaboración de la Asociación Española Contra el Cáncer, se han difundido cuatro piezas de animación que abordaban la importancia de la prevención de la enfermedad incidiendo en cuatro aspectos: diagnóstico precoz, factor hereditario, ejercicio físico y alimentación saludable.

### Donación de órganos

Se ha difundido el spot "Celebra la vida. Celebra que eres perfecto para otros", correspondiente a la campaña 'Eres perfecto para otros', a favor de la donación de órganos, protagonizado en esa ocasión por María Gómez y Florentino Fernández.

### Enfermedades raras

Desde el 30 de noviembre y hasta finales de 2017 se ha emitido un spot de la Fundación Querer en apoyo del proyecto "El cole de Celia y Pepe", cuyo objetivo es la creación de centros educacionales especializados para niños con una enfermedad rara.

### Eficiencia energética

Mediaset España y Gas Natural han unido fuerzas en 2017 para concienciar sobre el consumo energético responsable a través de la emisión en todos los canales de "Proyecto tiempo", un largometraje de ciencia ficción con tintes futuristas compuesto por cuatro partes (cuatro cortometrajes, tres de ellos emitidos en 2017) que han contado con un reparto de actores muy conocidos entre el público español. Este largometraje forma parte de 'CINERGÍA', un proyecto cinematográfico dirigido por Isabel Coixet.

### Contra el acoso escolar

El 2 de mayo de 2017 los informativos de Telecinco y Cuatro y los programas 'El Programa de Ana Rosa', 'Cazamariposas' y 'Sálvame' apoyaron el evento 'Valientes contra el acoso', organizado por el Gobierno de Aragón y Mediaset España, coincidiendo con el Día Internacional contra el Acoso Escolar. Alrededor de 1.600 jóvenes de 80 centros públicos de Primaria y Secundaria y sus profesores participaron en un acto pensado para ayudarles a descubrir las claves que les conviertan en auténticos 'súper-héroes' contra el bullying.

### Día Internacional de la Mujer

Mediaset España y la marca NIVEA han lanzado la campaña "Te atreves a ser tú" en el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo). En ella se reivindicaba la lucha de las mujeres por participar en condiciones de igualdad con los hombres en los desafíos sociales, económicos y políticos a través de diferentes menciones de patrocinio que realizaron a lo largo del día seis comunicadoras de Mediaset España, en los programas de producción propia de Telecinco.



## Programas informativos

Los espacios informativos de Mediaset España han contribuido en 2017 al conocimiento y difusión de importantes problemas sociales y ambientales, ofreciendo una cobertura informativa de los mismos orientada al servicio público. Estos son los principales asuntos tratados:

### Igualdad de género

- Difusión de la iniciativa de Mediaset España “Con la trata no hay trato”, contra las mafias que obligan a mujeres a ejercer la prostitución.
- Cobertura de los casos de violencia machista y de la realidad de las mujeres que denuncian, y crítica a las instituciones judiciales, policiales y sociales que dejan desprotegidas a las víctimas. Todo ello siempre con objetividad y respeto a las personas implicadas. Además, en todas las informaciones relacionadas con el maltrato a la mujer se incluye el teléfono de atención a mujeres maltratadas 016.
- A primeros de octubre, surgen las denuncias de acoso sexual contra Harvey Weinstein y se inicia un potente movimiento denominado “ME TOO” (YO TAMBIÉN) contra este tipo de comportamientos, hasta convertirse en una demanda generalizada de igualdad. Estos

hechos y otros que han contribuido al mismo debate en la sociedad española han sido reflejados y explicados en los informativos de Mediaset España.

### Trasplante de órganos

Mediaset España y la Organización Nacional de Trasplantes han mantenido su colaboración para fomentar la donación de órganos, tejidos y médula ósea. En 2017 se han emitido varios reportajes explicando a los ciudadanos cómo hacerse donante de médula ósea, reflejando asimismo la realidad de donantes y receptores, con un foco especial en los menores que esperan un trasplante.

### Cáncer

Difusión de información en torno a la situación de los pacientes y los avances en biomedicina, así como de mensajes positivos y de solidaridad de las asociaciones dedicadas al cáncer, especialmente de cáncer infantil.

### Campañas de tráfico

Cobertura de campañas de la DGT, Fundación Mapfre, RACC y asociaciones de carretera y víctimas para promover la seguridad vial.

Difusión de los cambios legislativos y sensibilización especialmente dirigida a los jóvenes en relación al peligro derivado del consumo de alcohol y drogas.

### Pobreza energética

Visibilidad y voz a las familias que en 2017 han sufrido cortes de luz por no poder asumir el pago de las facturas, así como a aquellas que han perdido a sus seres queridos debido a incendios provocados en sus viviendas por el uso de braseros y velas a falta de electricidad.

### Recogida de alimentos

En el mes de diciembre se ha apoyado a la Federación de Bancos de Alimentos en la difusión de su gran recogida de alimentos.

### Ahorro de agua

Ante la falta generalizada de lluvia, los informativos de Mediaset España han insistido mucho en el problema de la sequía y han ofrecido a los espectadores diferentes reportajes explicando cómo ahorrar agua.



## Amores que duelen

'Amores que duelen' muestra casos reales de víctimas de violencia de género. Cada temporada aborda este problema desde distintas perspectivas, sensibilizando al espectador sobre el alcance y realidad de la violencia de género y desactivando prejuicios e ideas preconcebidas.

En 2017, la tercera temporada se ha centrado en ocho casos de violencia de género entre adolescentes y la cuarta en casos en diferentes ámbitos de población, tanto en ciudades como en zonas rurales y en todo tipo de clase social.

## Pasapalabra

El programa 'Pasapalabra' aprovecha el contenido y dinámica del concurso para apoyar y difundir diversas causas sociales y ambientales:

- Celebración del Día del Libro y apoyo al Comité Español de ACNUR mediante la recaudación de fondos en el contexto del concurso.
- Celebración del Día Internacional del Reciclaje y recaudación de fondos para WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza).
- Consejos e información para concienciar a los espectadores sobre la necesidad de ahorrar energía.
- Navidades. El concurso ha cedido tiempo para dar voz a diversas ONGs y mostrar su trabajo, concretamente la Fundación Querer, la Asociación Duchenne Parent Project, la Fundación contra la Hipertensión Pulmonar y la organización Share a coffee for.

## Cámbiame

En 2017 el programa ha apoyado la causa de los 300.000 niños robados existentes en España y ha logrado reunir a una madre y su hija 36 años después. Tras la aparición en el programa de la joven Mai Álvarez buscando a su madre biológica, el equipo del programa comenzó un trabajo de

investigación que concluyó con la localización de la madre y el reencuentro entre ambas.

## Sálvame

A lo largo de 2017 el programa y sus colaboradores han apoyado a distintas organizaciones y las causas que promueven:

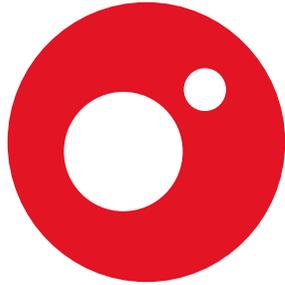
- Durante meses el programa ha creado la "Gran Pinacoteca Sálvame", con 13 obras de maestros españoles encarnadas por los colaboradores y presentadores, y pintadas por el artista Antonio Decinti. Los cuadros fueron subastados con fines benéficos y la recaudación se destinó a las organizaciones elegidas por los colaboradores del programa:
  - BAASGALGO (Rescate de perros abandonados).
  - Asociación Gaditana "Yo me uno al retto" (Por la investigación del Síndrome de Rett).
  - Nico contra el cáncer infantil.
  - Mensajeros de la Paz (Ayuda a personas en riesgo de exclusión social).
  - Fundación Nido (Niños con parálisis cerebral).
  - AFIBROM (Asociación de Fibromialgia, Síndrome de Fatiga Crónica y Sensibilidad química múltiple de la Comunidad de Madrid).
  - Fundación Bobath (Dirigido a personas con parálisis cerebral).
  - TORRAFAL (Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer de Torrejón de Ardoz).
  - A.E.C.C. (Asociación Española de Lucha contra el Cáncer).
  - Fundación Aladina (Apoyo a niños con cáncer y a sus familiares).

- Fundación Ramón Grosso (Niños y jóvenes con cualquier tipo de discapacidad o riesgo exclusión social).
- ASCOPAS (Asociación sin ánimo de lucro Comarcal de Padres y Protectores de Minusválidos Psíquicos de los municipios de Abarán, Blanca, Ricote y Cieza en Murcia).
- ADANER (Asociación en Defensa de la Atención a la Anorexia Nerviosa y Bulimia).
- Promoción del calendario "Nico contra el cáncer infantil" del año 2018, para la lucha contra el cáncer infantil.
- El 1 de febrero de 2017 se celebró el Día Mundial del Galgo con la presencia en el plató de un perro de esta raza.
- Belén Esteban lució el 28 de febrero una camisa especial por el Día Mundial de las Enfermedades Raras, con el objetivo de recaudar dinero para la Fundación Querer dedicada a la educación e investigación de niños con enfermedades raras.

## Me lo dices o me lo cantas

Los participantes que ganan cada una de las ediciones de este show dedicado al baile y la música hacen entrega de un premio de 3.000 euros a una ONG o causa benéfica de su elección.

En 2017 las entidades beneficiarias han sido la Fundación Barraquer (operaciones gratis de cataratas a personas sin recursos), la Asociación El Olivar (casas de acogidas para jóvenes), Acción en Red, Cruz Roja Española (concretamente el programa para luchar contra el cáncer en niños), la investigación del Síndrome de Dent y la Asociación Ángeles Malagueños de la Noche (que dan de comer a personas sin recursos) y la Casa Ronald McDonald.



## Héroes, más allá del deber

‘Héroes, más allá del deber’ es un docu-factual en el que se cuenta cómo es el día a día de cinco profesionales cuya labor consiste en ayudar a los demás. Durante su emisión en 2017 ha hecho difusión de diversas causas:

- Ayuda a niños con parálisis cerebral mediante la recaudación de fondos a través de un calendario de bomberos, con el que se ha comprado un aparato que mejorará la movilidad de una niña.
- Difusión y concienciación en contra de la violencia de género a través de Yohanna Alonso, que da clases de defensa personal a mujeres víctimas de violencia de género.
- Normalización de las personas LGTBI. Julio Armas cuenta la historia sobre cómo tuvo que aprender a aceptarse a sí mismo y aceptar que era homosexual.
- Difusión en contra del tráfico de drogas y su consumo a través de la emisión de operaciones de la Policía que se desarrollan en la Línea de la Concepción.
- Ayuda a la difusión de la asociación Hogar Betania, que ofrece un hogar para personas que carecen de él y ayuda a familias y niños en riesgo de exclusión social.

## Volando voy

En ‘Volando Voy’ es prioridad la conservación de los ecosistemas y la protección del medio ambiente. En 2017 se ha dado visibilidad a varias problemáticas ambientales:

- En el capítulo del País Vasco se dio a conocer el problema del plástico en los océanos y se recogieron toneladas de las playas, concienciando a la audiencia de la necesidad de reducir su uso y reciclarlo.

- En Mar Menor se promovió la agricultura ecológica que daña menos el mar.
- En el episodio de Grazalema se reunió a una multitud de personas para colaborar en la repoblación de un pinsapar, llamando la atención sobre los efectos del cambio climático.

## Planeta Calleja

En 2017 ‘Planeta Calleja’ ha promovido la concienciación sobre el cambio climático, la protección de las especies en su hábitat natural, así como el respeto y el cuidado de la naturaleza. Estos temas se han tratado de manera especial en:

- Entrevista al director del Instituto Polar Noruego para conocer los efectos del cambio climático y cómo nos afecta de manera global y particular, concienciando sobre posibles soluciones.
- En Sudáfrica se trató la conservación de las especies, la lucha contra la caza furtiva en las reservas del país y la igualdad y la convivencia entre los diferentes grupos étnicos.
- En Chile se mostraron los efectos del cambio climático en los glaciares de la Patagonia.
- En Marruecos se abordó el papel de la mujer en el mundo islámico.

## En el Punto de Mira

Reportajes impactantes y periodismo de profundidad son los ejes de este programa que en 2017 ha tratado algunos temas de particular interés social:

- Panga: se ha puesto de manifiesto que este pescado no tiene ningún valor nutricional y después de la emisión

del reportaje algunas grandes superficies han dejado de comercializarlo.

- Fraude del buey: el programa ha conseguido demostrar cómo casi ninguna carne vendida como buey lo es, siendo en realidad carne de vaca vieja.
- Atún Rojo: el programa también ha podido demostrar que el atún rojo que se pretendía vender como tal no lo era.
- Maternidad subrogada: el programa viaja a Ucrania para mostrar cómo muchas madres que alquilaban su vientre lo hacían por necesidad económica. En el mes de diciembre el Estado español desaconsejaba Ucrania como país de destino para la maternidad subrogada.

## Espíritu Salvaje

Este docu-reality recoge las vivencias de un matrimonio y sus dos hijos pequeños mientras realizan un viaje alrededor del mundo, descubriendo territorios naturales, así como las poblaciones que los habitan. Su objetivo primordial es la divulgación y la concienciación sobre la sostenibilidad y el respeto por los animales.

## A toda pantalla

En 2017 se emitió el primer programa en televisión grabado íntegramente con smartphones. Producido por Mediaset España, en colaboración con Prisa TV y con el patrocinio de LG, el programa da un paso adelante integrando las nuevas tecnologías en su formato, tanto en su forma de grabación como en su narrativa, en la que están muy presentes las redes sociales y las diferentes fórmulas de comunicación tales como videoconferencias, chats y videoreportajes.



En apoyo de diversas causas, el canal BeMad ha emitido en 2017 programaciones especiales que han contribuido a sensibilizar a la audiencia. Estas han sido las principales:

- **Campaña 'Eres perfecto para otros':** el 15 de julio de 2017 el canal emitió la película documental 'La Intérprete', que cuenta historias de personas vinculadas de una forma u otra con el trasplante de órganos. Además de esta emisión, el canal incorporó durante toda la noche mensajes sobreimpresionados relacionados con el trasplante de órganos.
- **Rising Nepal:** en recuerdo del terremoto que asoló Katmandú (Nepal) en 2015, se emitió el documental dirigido por M.Ángel Tobías en el que pone voz y rostro a varias víctimas supervivientes marcadas y unidas por el seísmo, que superaron el miedo y el sufrimiento y se entregaron a la esperanza.
- **Conservación de las especies autóctonas y en grave peligro de extinción:** con motivo del estreno de "Río Salvaje en Gondwana", se emitió una programación sobre animales que contiene 'La vida salvaje con Tim' y 'Veterinario al rescate', se ofreció un maratón de 'Planeta Calleja', el especial de 'Cuarto Milenio' dedicado a Félix Rodríguez de la Fuente y todos los capítulos de la primera temporada de 'Río Salvaje'.
- **Día Mundial del Medio Ambiente:** bajo el lema "Conectar a las personas con la naturaleza" se emitieron una serie de programas especiales de 'Callejeros Viajeros' recorriendo lugares con naturaleza salvaje como Papúa, Etiopía o Tanzania, entre otros. La programación se completó con un maratón de todos los programas de 'Río Salvaje'.
- **Día Internacional de los Océanos:** se emitieron los programas "Callejeros: Atlántico", "Callejeros Viajeros: Océano Ártico, Groenlandia", "Callejeros Viajeros: Océano Atlántico, Barbados, el lujo del Caribe", "Callejeros Viajeros: Océano Índico, Madagascar", "Callejeros Viajeros: Océano Pacífico, Taití y Bora".
- **Día Internacional de la Alimentación:** se emitieron todos los reportajes de 'En el Punto de Mira' dedicados a la alimentación.

Cabe destacar especialmente la labor de los programas Río Salvaje y Convézzeme.

### Río Salvaje

La segunda temporada del programa presentado por Kike Calleja ha intentado contribuir a la defensa de la biodiversidad. 'Río Salvaje' viajó hasta la reserva natural de Gondwana, en Sudáfrica, y recorrió distintos puntos de la geografía española mostrando las distintas especies de animales y dando a conocer el trabajo que llevan a cabo a diario los conservacionistas para preservarlas.

### Convézzeme

'Convézzeme', como programa dedicado a los libros, ha realizado una importante labor de promoción de la lectura en la que ha destacado el arranque de la segunda temporada, estrenada el 23 de abril de 2017 con un especial conmemorativo del Día Internacional del Libro.



Entre junio y agosto, el canal infantil de Mediaset España ha emitido una serie de piezas donde los personajes del canal transmitían mensajes sobre hábitos saludables y valores positivos, buenas maneras y cuidado de las mascotas.

Además, Boing se ha sumado un año más a la carrera solidaria Perrotón España. El canal ha estado presente en la carrera celebrada en Madrid el 15 de octubre de 2017 y, por primera vez, en la celebrada en Marbella el 28 de mayo. Perrotón destina el 30% de las inscripciones de los participantes a la Asociación Nacional Sin Ánimo de Lucro Perrotón, que colabora habitualmente con protectoras con bajos recursos económicos.



A lo largo del año el canal Divinity ha colaborado con la difusión de diversos eventos con contenido benéfico, entre los que destacan:

- **XXI Premios Cadena Dial.** La gala destina parte de su recaudación a ASPRONTE, una ONG volcada en la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual y sus familias.
- **Concierto solidario 'La noche de Cadena 100' a favor de Manos Unidas.** La Asociación Fratelli acoge en las aulas de sus centros de Sidón y Beirut a niños refugiados que llevan varios años sin escolarizar. Los fondos recaudados en este evento fueron destinados a mejorar el acceso a los servicios socioeducativos de estos pequeños en las localidades de Rmelieh y Bourj Hamoud.
- **Concierto solidario Cadena 100 "Por Ellas".** Evento musical a beneficio de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).
- **XI Edición del concierto Los40 Music Awards.** Esta gala musical destinó parte de la recaudación por venta de entradas a la Asociación adEla (Asociación Española de ELA), organización sin ánimo de lucro centrada en mejorar la calidad de vida de las personas afectadas por esta enfermedad.

## Plataforma de divulgación social

Mediaset España tiene una amplia presencia en Internet con todo tipo de formatos y contenidos. La empresa también utiliza su éxito en la red para difundir retos sociales y ambientales de interés para el conjunto de la sociedad.

## Protección de la naturaleza

### Informativos de Telecinco y Cuatro

- Día de la preservación de la capa de ozono  
- Día de los Océanos.
  - Día Mundial de los Océanos, los males que matan nuestros mares  
  - Las grandes catástrofes en los océanos  
- Día del Medio Ambiente
  - “Las administraciones son las principales infractoras de la legislación en materia de Medio Ambiente”  
  - Hay que cambiar el no lo cojas, que es basura, por no lo tires, que es basura  
- Día Mundial de la Tierra
  - Día Mundial de la Tierra: España se suma a la marcha de la Ciencia 
  - El mundo celebra el Día Internacional de la Tierra 
- La Hora del Planeta
  - La Hora del Planeta: Diez años apagando la luz contra el cambio climático 
  - Diez años apagando la luz contra el cambio climático (Video del informativo) 
  - 200 ciudades en España se unen a la Hora del Planeta y apagarán su luz por el clima 
  - ‘Que nadie te pare’, el lema elegido para 2017 (vídeo) 
  - Clara Lago se une a la Hora del Planeta 
  - Imagina un mundo en el que paramos el cambio climático 
  - Informativos Telecinco apaga la luz en la #horadelplaneta (en vídeo) 
- Día de los Bosques
  - Cuidemos de los pulmones del Mundo  
- El tiempo hoy
  - Blog ‘Explorador’ que insta a cuidar el planeta y denuncia el deshielo del Ártico y la Antártida. 
  - No al Cambio Climático 
  - Jorge Morales y su sección sobre ahorro de energía.    
  - Impuesto al Sol 
  - Reforestaciones 
  - Uso de la bici  

### Mtmad

- Sensibilización sobre los derechos de los animales
  - Canal LA VIDA PERRACA 

En 2017 ha destacado la labor de los Informativos de Telecinco y Cuatro, el espacio meteorológico ‘El Tiempo Hoy’ y los contenidos digitales de Divinity y Mtmad en este ámbito. La protección de la naturaleza, la defensa de la igualdad de género y el apoyo a distintos colectivos como el LGBTI, así como la promoción de estilos de vida saludables han sido los temas más tratados.

## Igualdad y normalización de colectivos en riesgo de exclusión

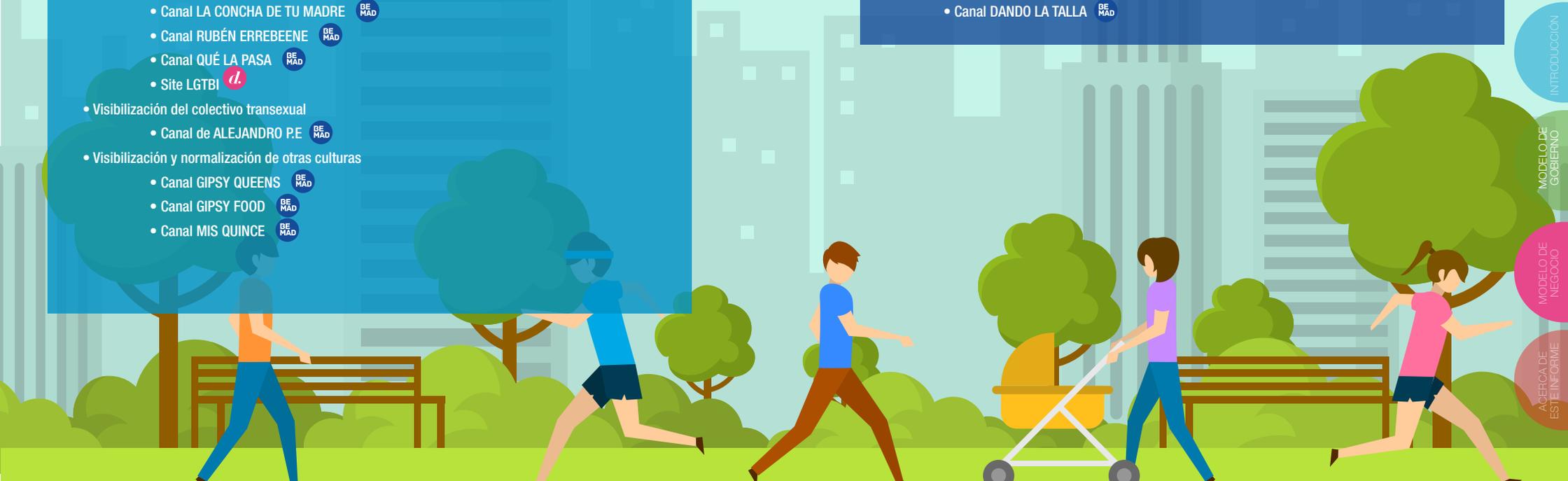
### Mtmad y Divinity

- Fomento de la igualdad entre hombres y mujeres
  - Site de Mujeres
  - Apoyo al festival MADWOMENFEST que reconoce y da visibilidad a mujeres artistas
  - Blog feminista
  - Canal de FEMYLENIA
  - Canal SHAKE SHAKE SHAKE
  - Canal BEAUTIPS FOR MEN
- No al acoso
  - Numerosas publicaciones de denuncia en Divinity.es:
- Visibilización y normalización del colectivo homosexual
  - Canal TENGO UN AMIGO QUE
  - Canal THE TRIPLETZb
  - Canal DULCEWEEKEND
  - Canal MADLOVE
  - Canal LA CONCHA DE TU MADRE
  - Canal RUBÉN ERREBEENE
  - Canal QUÉ LA PASA
  - Site LGTBI
- Visibilización del colectivo transexual
  - Canal de ALEJANDRO P.E.
- Visibilización y normalización de otras culturas
  - Canal GIPSY QUEENS
  - Canal GIPSY FOOD
  - Canal MIS QUINCE

## Estilos de vida saludables

### Cuatro y Mtmad

- Fomento de la vida sana y el deporte
  - GENERACIÓN PRO: Web dedicada al deporte base, infantil y juvenil
  - Canal CHATARRAS PALACE: LOS ENTRENOS
  - Canal MUJERES RUNNERS CON MÓNICA MARTÍNEZ
  - Canal DOCTORE POLLO
  - Canal ENTRENA CON SERGIO PEINADO
- Divulgación de contenidos sexuales para el público joven
  - Canal TENGO UN AMIGO QUE
  - YASSS, Web y programa en directo donde se contribuye a acabar con los tabúes sexuales
- Prevención sobre el consumo de drogas
  - Canal NO ME RAYES e
- Visibilización de las mujeres reales alejadas de la tiranía de la delgadez
  - Canal de SERRANÍSIMA
  - Canal A 140 KILOS DE DISTANCIA
  - Canal DANDO LA TALLA



## PREMIOS RECIBIDOS POR MEDIASET ESPAÑA EN 2017

**Premio Mujerhoy a Ana Rosa Quintana** en reconocimiento a las mujeres más sobresalientes de España

### Premios Feroz

A 'Kiki, el amor se hace' a la Mejor Película de Comedia  
 A 'Kiki, el amor se hace' al Mejor Trailer  
 A Fernando Velasco por 'Un monstruo viene a verme' a la Mejor Música Original

### Premios Goya a 'Un monstruo viene a verme':

Mejor Dirección a Juan A. Bayona  
 Mejor Música Original a Fernando Vázquez  
 Mejor Dirección de Producción a Sandra Hermida  
 Mejor Dirección de Fotografía a Óscar Faura  
 Mejor Montaje a Bernat Vilaplana y Jaume Martí  
 Mejor Dirección Artística a Eugenio Cabrero  
 Mejor Maquillaje y Peluquería a Marese Langan y David Martí  
 Mejor Sonido a Peter Glossop, Oriol Tarragó y Marc Orts  
 Mejores Efectos Especiales a Pau Costa y Félix Bergés

**Premio Talento de la Academia de Televisión a Juan Pedro Valentín** en reconocimiento a la excelencia profesional detrás de las cámaras

### Premios Fotogramas de Plata:

'Un monstruo viene a verme' a la Mejor Película Española  
 A Paco León y Ana Katz al Mejor Beso del cine Nacional en 'Kiki, el amor se hace'

**Premio Nipho a la trayectoria profesional otorgado por la Universidad de Nebrija a Ángel Sastre**, corresponsal especializado en conflictos para Cuatro

**Premio del Público en el Festival de Cine Español de Nantes a 'Kiki, el amor se hace'**

**Premio de Periodismo Fundación Grupo Norte Contra la Violencia de Género** en la categoría de Televisión a 'Amores que duelen' en la categoría de Televisión

**Premio CineEurope al Productor Independiente del Año a Telecinco Cinema**, "cuyos logros en las cerca de dos últimas décadas le han convertido en uno de los grandes estudios cinematográficos no solo de España sino también de Europa"

**Premio 100 mejores ideas de Actualidad Económica a 'Con la trata no hay trato'** a la Mejor Idea de RSC

**Premio Diversa Social** por su campaña 'Se buscan valientes' contra el acoso escolar. Este premio reconoce la labor y la gran trascendencia fuera de la cadena que ha tenido esta campaña

**Premio Día de Internet a 'Se Buscan Valientes'** en la categoría de 'Marca Personal en Redes Sociales - Acción Social'

### Premios Naranja y Limón

Premio Naranja: a Carlos Sobera  
 Premio de Comunicación Hugo Ferrer a Ana Rosa Quintana  
 Premio de Cine Jorge Fiestas Jota Bayona por 'Un monstruo viene a verme'  
 Premio a la Excelencia 'Folli Follie' a Aida Domenech 'Dulceida'

**Premio Lifestyle a Bertín Osborne** en la categoría de Comunicación

**Premio Medialover a First Dates** en la categoría de Proyección en Redes Sociales

### Premio Antena de Plata

A Marta Reyero, presentadora de Informativos Fin de Semana, de Cuatro  
 A Joaquín Prat, copresentador de "El programa de Ana Rosa"

**Premio Comunicación 2017 de la Fundación Estudios Rurales a Jesús Calleja** por 'ir más allá del amor a la naturaleza y por lo rural que impregna todo el trabajo y la vida del presentador del Cuatro en su programa 'Volando voy'

**Premio Antena de Oro a Bertín Osborne y Carlos Sobera**

### Premios Aquí TV:

A la Mejor Cadena de la TDT para Divinity  
 Al Mejor Programa de la TDT para 'Luce tu pueblo'  
 Al Mejor Actor de Reparto a Víctor Palmero  
 Al Mejor Informativo a Pedro Piqueras e Informativos Telecinco 21h  
 Al Mejor Reality Show a 'First Dates'  
 Al Mejor Concurso a 'Pasapalabra'

### Premios El Chupete:

Gran premio, categoría cine/tv a Se buscan valientes  
 Otros soportes - música Se buscan valientes  
 Página web [www.sebuscanvalientes.com](http://www.sebuscanvalientes.com)  
 Cine/TV - medios de comunicación Se buscan valientes

### Premios Ondas

A 'Sé quién eres' a la Mejor Serie Nacional  
 A Blanca Suárez a la Mejor Actriz

**Premio Cosmopolitán a Lara Álvarez** en la categoría de TV Star

**Reconocimiento de los Valores Sociales otorgado por la Confederación Española de Centros de Enseñanza (CECE) a la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes'**, un galardón creado para distinguir a aquellas personas o entidades que se han significado por defender la libertad, la igualdad, la justicia y la solidaridad desde el ámbito educativo, cultural, deportivo, científico y humanitario

### Premio Men's Health a

Jesús Vázquez, Premio Trayectoria Profesional  
 Juanma Castaño, Premio a Comunicador Deportivo

**Premio Magisterio 2017 a la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes'**

**'Premios Solidarios del Seguro' a la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes'**

**Premio Gala de las Estrellas de Alcer Navarra a la campaña de 12 meses 'Eres perfecto para otros'**

### Premios MIM Series a:

'Sé quién eres' Premio DAMA a la Mejor Serie Dramática  
 Blanca Portillo Premio MIM a la Mejor Interpretación Femenina de Drama por 'Sé quién eres'  
 Eva Isanta Premio MIM a la Mejor Interpretación Femenina de Comedia por 'La que se avecina'



# EL NEGOCIO PUBLICITARIO

LA COMPAÑÍA HA OFRECIDO A LO LARGO DEL AÑO SIETE DE LOS 10 SPOTS MÁS VISTOS, SEIS DE ELLOS EN TELECINCO, EL CANAL LÍDER EN EFICACIA Y PERMANENCIA, QUE ADEMÁS HA ACOGIDO EL ÚNICO ANUNCIO EN UNA EMISIÓN NO DEPORTIVA DENTRO DEL TOP 10.

## Mediaset España, soporte de mayor cobertura y notoriedad publicitaria con un mix complementario de medios lineales y digitales

La oferta de soportes de Mediaset España en televisión e internet se ha situado un año más como la de mayor cobertura al servicio de los anunciantes. Su mix de medios lineales y digitales y su elevada segmentación por perfiles y tipologías de usuarios y espectadores ha permitido a los canales de Mediaset España refrendar su posición como soporte de las campañas publicitarias más eficaces en términos de recuerdo y notoriedad.

La compañía ha ofrecido a lo largo del año siete de los 10 spots más vistos, seis de ellos en Telecinco, el canal líder en eficacia y permanencia, que además ha acogido el único anuncio en una emisión no deportiva dentro del Top 10.

La cadena se ha situado un ejercicio más como líder del rating publicitario en prime time, confirmando el éxito de su estrategia de bloques cortos en el horario estelar emprendida hace más de siete años, cuyo potencial permite garantizar a los anunciantes unos índices de notoriedad hasta un 33% más que el segundo canal comercial.

Al margen de la publicidad convencional en sus soportes lineales, Mediaset España ha ampliado su oferta de productos cualitativos con formatos exclusivos y con un posicionamiento premium como el 'SuperSpot' y sus variantes 'Pole Position', que en una planificación estratégica son capaces de triplicar el nivel de recuerdo de un anuncio ubicado en una posición intermedia. Con el fin de mejorar aún más la notoriedad de las campañas y aprovechando el nivel de prescripción

de su plantel de presentadores, la compañía ha desarrollado además, dentro de las iniciativas especiales, nuevas posibilidades de patrocinio como el Superpatrocinio y el Affinity Brand Day/Week, extensibles a sus soportes digitales para alcanzar una cobertura sin parangón en ningún otro conglomerado de medios a nivel nacional.

En este sentido, Mediaset España ha desarrollado una estrategia de impulso a su publicidad digital, con el lanzamiento de una política comercial en torno a la oferta de contenidos online de la compañía, proporcionado en 2017 a sus clientes una oferta publicitaria completa y de calidad con acceso a un gran abanico de opciones y formatos. Todo ello con la garantía de máxima visibilidad para los anunciantes, mayor que la de ningún otro operador de contenidos.

A través de su filial comercial Publiespaña, Mediaset ofrece a su cartera de clientes soportes on y off line en un entorno de calidad del contenido y de seguridad para las marcas. Y lo hace además con la garantía absoluta de que el espacio publicitario de video contratado cumple con su objetivo de ser visionado por los usuarios, gracias a que los sistemas adblocker resultan incompatibles con la navegación por cualquiera de los sites de Mediaset España, una medida pionera adaptada por la compañía en aras de garantizar el contenido gratuito de calidad profesional, la rentabilidad de la inversión de los anunciantes y el despegue definitivo de un modelo digital sostenible.

Precisamente, para seguir avanzando en la creación e implantación en el mercado de este modelo, Mediaset España ha emprendido en 2017 el desarrollo de ambiciosos proyectos en el entorno de la analítica avanzada y big data, con la incorporación a su equipo humano de nuevos perfiles profesionales de ingeniería informática, matemáticos y estadísticos en puestos de data managers y data scientists, así como desarrollos de marketing, administración y publicidad en el entorno digital para reforzar las sinergias entre televisión, internet, cine y publicidad, adaptándose a las oportunidades de un negocio en constante evolución al servicio de la información y el entretenimiento audiovisual en el que esta compañía goza de una privilegiada posición de liderazgo.

## Mediaset España, único grupo que emite el 100% de sus spots en prime time en bloques cortos, logra un índice de notoriedad un 33% mayor que el de su principal competidor

Mediaset España se ha mantenido un año más fiel a su estrategia de emitir el 100% de sus spots en prime time en bloques de menos de seis minutos de duración, frente al 42% de Atresmedia, lo que se ha traducido en unos índices de notoriedad un 33% mayores que los de su principal competidor, según los datos de la última oleada del Estudio sobre Eficacia Publicitaria en Prime Time elaborado por el instituto de consultoría estratégica de investigación de mercados CIMEC (enero-diciembre 2017).

Según este estudio, que constata que la longitud del bloque es la variable de gestión publicitaria que más influye en la notoriedad por encima de otras como el posicionamiento, la duración del spot o la tipología, los bloques de menos de seis minutos se recuerdan un 57% más que los bloques que sobrepasan este tiempo.

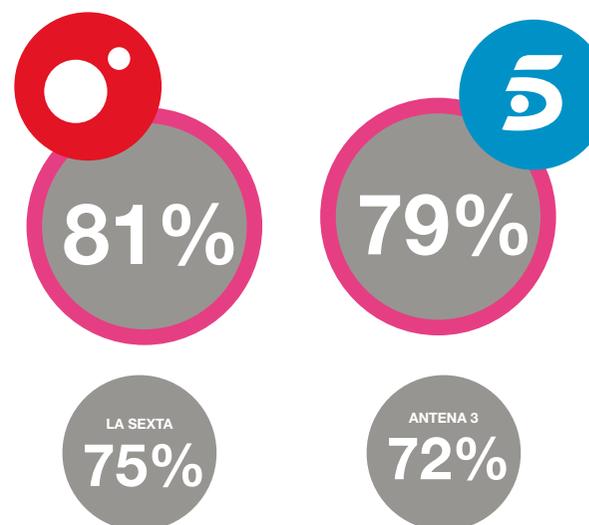
En este sentido, Telecinco, con una duración media de los bloques de cortinilla a cortinilla un 37% menor que la de Antena 3, ha vuelto a erigirse un año más como la televisión líder del rating publicitario en el horario de máxima audiencia con un 3,7% de rating publicitario en Adultos, un 12% más que el dato de Antena 3 (3,3%).

### Rating publicitario en Prime Time. Año 2017



Telecinco y Cuatro, que también ha ofrecido sus bloques en prime time con una duración sustancialmente menor a los de La Sexta, han logrado los mayores porcentajes de retención y permanencia en el bloque, logrando un 10% más que sus respectivos competidores:

### Permanencia en bloque publicitario vs. rating franja. Año 2017



# +33%

NOTORIEDAD PT VS.  
PPAL. COMPETIDOR

# 100%

EN PRIME TIME EN  
BLOQUES <6 MINUTOS

## La más amplia oferta de productos HQ del mercado con el 'SuperSpot' como el producto de mayor éxito del año

Mediaset España ha reforzado su oferta de productos cualitativos, la más amplia del mercado, con la incorporación de nuevos formatos que se suman al 'SuperSpot', bloque integrado por un único anuncio emitido en prime time y de forma simultánea en todos los canales de la compañía (excepto Boing). En su segundo año, ha vuelto a confirmar su excelente rendimiento, otorgando unos índices de recuerdo un 81% superiores a los de los productos HQ de Atresmedia y logrando una media del 12,4% de rating publicitario y más de 4 millones de espectadores en los 10 spots más vistos del año bajo este formato.

Además de su exclusividad, elevada cobertura y destacado posicionamiento en un corte de mínima duración, el 'SuperSpot' ha presentado, según CIMEC, unos niveles medios de recuerdo 6,14 veces mayor que los del spot convencional. A raíz del éxito de este formato, Mediaset España ha ampliado posteriormente los niveles de seguimiento y cobertura de las campañas de sus clientes con el lanzamiento de 'SuperSpot Total TV + Online', con la emisión del spot en televisión y su inclusión simultánea en la señal en directo de los sites de los canales de Mediaset España y en Mitele.es, tanto en su versión web como en la app.

En línea con este tipo de formatos, Publiespaña ha reforzado su apuesta por los productos HQ con el lanzamiento en el último trimestre del año de 'Pole Position', un paquete de nueve spots diarios con un posicionamiento premium y una planificación estratégica capaz de triplicar el nivel de recuerdo respecto a una posición intermedia del anuncio.

## El 70% de los spots más vistos del año, en Mediaset España

Mediaset España ha emitido siete de los 10 spots más vistos de 2017, seis de ellos en Telecinco, que ha acogido el anuncio con mayor rating publicitario en una emisión no deportiva durante el estreno en abierto en 'Cine 5 Estrellas' de la película 'Cincuenta sombras de Grey'. Además del clásico contenedor de cine de Telecinco, grandes formatos como 'La Voz' y 'Supervivientes', con una importante conversión al target comercial, han ofrecido algunos de los spots con mayor rating del año.

En lo que respecta a las cadenas temáticas, FDF, con sus emisiones cinematográficas y de la serie 'La que se avecina', y GOL, cadena comercializada por Publiespaña desde el pasado mes de septiembre que ha ofrecido partidos de Copa del Rey, han acaparado el 88% de los 100 spots más vistos del año.



SE RECUERDAN UN 72% MÁS EN LOS CANALES DE MEDIASET ESPAÑA QUE EN LOS DE ATRESMEDIA GRACIAS, ESPECIALMENTE, A LA INIGUALABLE CAPACIDAD DE PRESCRIPCIÓN DE SUS PRESENTADORES

## Refuerzo de las iniciativas especiales con dos nuevos formatos de patrocinio

Consciente del potencial de recuerdo que poseen las iniciativas especiales -se recuerdan un 72% más en los canales de Mediaset España que en los de Atresmedia gracias, especialmente, a la inigualable capacidad de prescripción de sus presentadores-, la compañía ha reforzado en 2017 uno de los formatos estrella, el patrocinio, cuyo índice de recuerdo es un 51% superior al de un spot convencional. Para ello, ha lanzado al mercado dos nuevos productos, el SúperPatrocinio, que aúna el patrocinio en televisión de un programa y un paquete online vinculado a este espacio, y Affinity Brand Day/Week, un paquete de patrocinios diarios o semanales en el que el cliente selecciona una lista de espacios afines a su target.

Entre otras acciones destacadas, Publiespaña desarrolló con motivo del día de San Valentín una iniciativa especial con una reconocida empresa de reparto de comida a domicilio, en torno al dating show de Cuatro 'First Dates', según la cual, tanto los seguidores del programa como los clientes de la empresa residentes en Madrid, Barcelona y Valencia pudieron disfrutar de un menú especial del amor. Para ello, el espacio conducido por Carlos Sobera acogió una serie de telepromociones y acciones de product placement para dar a conocer esta iniciativa.

Coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo, Publiespaña y el Área de Producciones Especiales de Mediaset España desarrollaron con una firma dedicada al cuidado de la piel una acción participada por seis rostros femeninos de Telecinco -Emma García, Carlota Corredera, Rosalía Fernández, Bibiana Fernández, Gema López y Fabiola Martínez- que se convirtieron en prescriptoras de la iniciativa en torno a su nuevo tratamiento anti-edad. Esta iniciativa fue posible en Telecinco gracias especialmente al elevado porcentaje -por encima del 95%- de producción propia de la cadena, un caso único en el sector en nuestro país.

Por último, Mediaset España y el circuito exterior de pantallas Iwall in Shop generaron una campaña especial interactiva en torno al lanzamiento de la nueva versión de Ben 10, serie de animación de Boing. A través de este soporte publicitario, comercializado en exclusiva por Publiespaña desde hace casi una década y que ofrece experiencias sensoriales capaces de conectar marca y clientes en el punto de venta, fue posible acercar a los niños a los principales protagonistas de esta popular ficción.



MEDIASET ESPAÑA HA MANTENIDO SU COMPROMISO CON LA DIFUSIÓN DE VALORES ASOCIADOS A DETERMINADOS PROYECTOS O INSTITUCIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO CON LAS QUE COLABORA.

## Publiespaña incorpora GOL a su cartera externa de clientes

Mediaset España, a través de su filial Publiespaña, inició en septiembre la comercialización de GOL, canal temático en abierto que se pasó a formar parte de la cartera externa de clientes del sector audiovisual. La cadena, la de mejor afinidad comercial en el target masculino y mayor de 16 años, cuenta con una oferta de programación integrada, principalmente, por la emisión de partidos de fútbol de LaLiga Santander, de la Copa del Rey y de LaLiga 123, así como los resúmenes y análisis de estas y otras competiciones.

Año a año, Mediaset España ha mantenido su compromiso con la difusión de valores asociados a determinados proyectos o instituciones sin ánimo de lucro con las que colabora, no sólo a través de la programación que emite, como se detalla en el apartado “Entretenimiento, información y compromiso social” de este documento, sino también mediante la cesión de espacio publicitario.

En 2017, el Grupo ha colaborado con los siguientes proyectos o instituciones sin ánimo de lucro, cediendo sus espacios publicitarios de forma gratuita:



Organización/Canal								Total general
12 meses #Se buscan valientes	2.149.608	647.868	1.134.395			865.478		4.797.348
12 meses #Queremos que te cuides	583.625		711.725			121.450		1.416.800
12 meses #Los comprometidos	135.778		59.440			20.908		216.125
ABRAZADAS	25.600		22.400			7.100		55.100
Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción- Verde Constanca	429.350		346.700			169.600		945.650
Fundación Ayuda Contra la Drogadicción	710.850		449.500			253.650		1.414.000
Fundación Reina Sofía	951.525		551.000			202.400		1.704.925
Fundación Querer	554.750	234.500	425.075			169.225		1.383.550
Fundación Juegaterapia	92.700		54.600			37.350		184.650
Tarjeta de donante de órganos	606.438	121.688	380.500			114.000		1.222.625
<b>Total general</b>	<b>5.240.223€</b>	<b>1.004.055€</b>	<b>4.135.335€</b>			<b>1.931.160€</b>		<b>13.340.773€</b>

## EQUIPO HUMANO

LA COMPAÑÍA HA FOCALIZADO GRAN PARTE DE SUS ESFUERZOS EN LA MEJORA DE SU POLÍTICA DE EMPLOYER BRANDING CON EL DOBLE OBJETIVO DE FACILITAR LA ATRACCIÓN DE TALENTO EXTERNO Y FIDELIZAR EL INTERNO.

La creciente digitalización de la actividad de negocio del Grupo Mediaset España ha continuado siendo uno de los retos fundamentales para la gestión de recursos humanos en 2017. Captar y gestionar el mejor talento disponible resulta clave para mantener el liderazgo en un sector dinámico y altamente competitivo como el audiovisual.

En este sentido, la compañía ha focalizado gran parte de sus esfuerzos en la mejora de su política de Employer Branding, con el doble objetivo de facilitar la atracción de talento externo y fidelizar el interno. Así, por ejemplo, cabe destacar que en 2017 Mediaset España ha estado presente con un stand propio en la Feria de Empleo Digital (FEED) celebrada durante el mes de noviembre, o que ha mejorado la página de empleo dentro de la web corporativa.

Además, mediante iniciativas como el respaldo al Master Universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, y a través de los acuerdos de colaboración con universidades y escuelas de negocio, el Grupo desarrolla una política de búsqueda activa de nuevos talentos.

Por otra parte, y con objeto de continuar reforzando las vías de comunicación con sus empleados, en octubre se ha lanzado la app: Mediaset España HR, como nuevo canal de comunicación interna del Grupo y herramienta de apoyo en la gestión de recursos humanos.

Por último, el año ha estado marcado también por el inicio de la negociación para la renovación del Convenio Colectivo de aplicación en Mediaset España, cuyo vencimiento se ha producido el 31 de diciembre.



PLANTILLA MEDIA (Nº PERSONAS) (1)

**1.280**

2016: 1.275

2015: 1.266

PROPORCIÓN DE EMPLEO FEMENINO (%)

**50,23**

2016: 50,04

2015: 49,45

PLANTILLA AL FINAL DEL PERIODO  
(Nº DE PERSONAS)(2)

**1.273**

2016: 1.274

2015: 1.274

PROPORCIÓN DE TRABAJADORES CON  
CONTRATO INDEFINIDO (%) (6)

**97,81**

2016: 97,96

2015: 98,70

BECARIOS (Nº DE PERSONAS) (3)

**132**

2016: 137

2015: 236

INCORPORACIONES (7)

**31**

2016: 72

2015: 60

ALUMNOS EN PRÁCTICAS (Nº DE PERSONAS) (4)

**78**

2016: 54

2015: 47

ÍNDICE DE ROTACIÓN (8)

**1,48**

2016: 2,43

2015: 0,79

PROMEDIO DE EDAD DE LA PLANTILLA(AÑOS) (5)

**45,43**

2016: 45,67

2015: 45,04

ANTIGÜEDAD MEDIA DE LA PLANTILLA (AÑOS)

**16,24**

2016: 16,99

2015: 16,47

Alcance: Los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y filiales de Netsonic.

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual 2017. No incluye a trabajadores contratados por ETT, becarios y alumnos en prácticas. 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.

El contrato en prácticas difiere del concepto de alumnos en prácticas y hace referencia a profesionales que cuentan con un contrato laboral.

(2) Corresponde a la suma del personal de estructura y coyuntural, a 31/12/2017.

(3) Dato total anual.

(4) Dato total anual. Los alumnos en prácticas son exclusivos de la empresa en Mediaset España.

(5) Calculada a 31 de diciembre de cada ejercicio.

(6) Corresponde al personal de estructura con contrato indefinido. Datos calculados sobre plantilla media anual.

(7) Corresponde a las incorporaciones a personal de estructura con contratos indefinidos y de prácticas.

(8) Bajas no deseadas (bajas voluntarias + excedencias voluntarias) / Plantilla media \* 100.

## Distribución geográfica

TOTAL ESPAÑA

# 1.253

98,43%

MADRID BARCELONA BILBAO

# 1.225 24 4

96,23% 1,89% 0,31%

FUERA DE ESPAÑA<sup>(1)</sup>

# 20

1,57%

COLOMBIA MÉXICO EE.UU. PERÚ

# 8 9 2 1

6 2 6 3 2 0 0 1

Datos a 31 de diciembre de 2017.

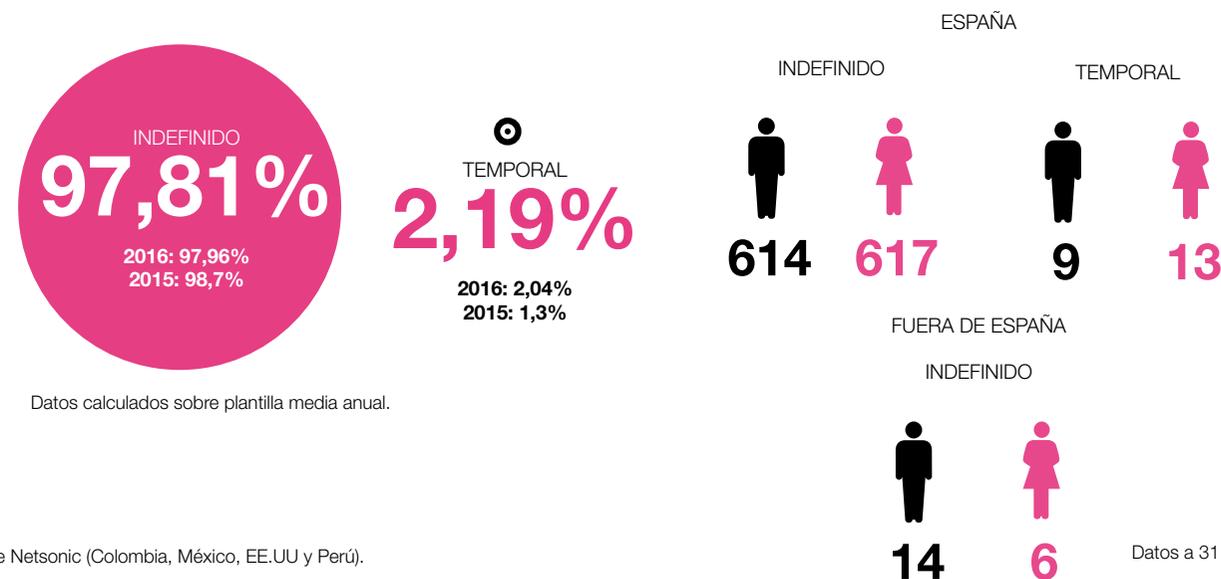
(1) La plantilla que se encuentra fuera de España es contratada por las filiales de Netsonic en cada país, desempeña actividades de comercialización de publicidad en internet y es todo personal local, salvo una persona en EE.UU que se ha trasladado allí desde España.

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

Personal de estructura	DIRECTIVOS		JEFE DPTO.		PERIODISTAS		EMPLEADOS		OPERARIOS		Totales	
Mediaset España	53	24	31	33	55	86	387	355	18		544	498
Publiespaña	15	12	10	8			38	95	2	2	65	117
Telecinco Cinema	3	1		1				3			3	5
Conecta 5	1	1		1		1	1	3			2	6
Netsonic (España)							1				1	
Netsonic (filiales)	4						10	6	1		15	6
Personal coyuntural	DIRECTIVOS		JEFE DPTO.		PERIODISTAS		EMPLEADOS		OPERARIOS		Totales	
Mediaset España					1	1	6	3			7	4
<b>Totales</b>	<b>76</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>56</b>	<b>88</b>	<b>443</b>	<b>465</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>637</b>	<b>636</b>

Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Distribución de la plantilla por tipo de contrato

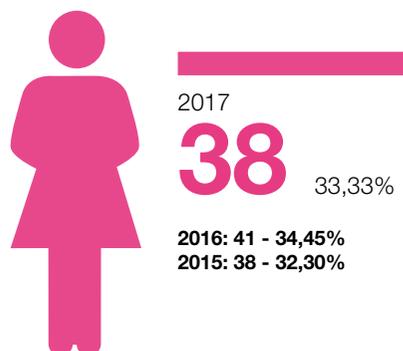


## Distribución de la plantilla por tipo de contrato y categoría profesional

	Nº PERSONAS EN ESPAÑA		Nº PERSONAS FUERA DE ESPAÑA			
	Fijos		Temporales		Fijos	
Directivos	73	38	0	0	3	0
Jefes Dpto.	41	43	0	0	0	0
Periodistas	55	87	1	1	0	0
Empleados y operarios	445	449	8	12	11	6
<b>Totales</b>	<b>614</b>	<b>617</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>6</b>
	<b>1.231</b>		<b>22</b>		<b>20</b>	
			<b>1.273</b>			

Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Directivas



Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Distribución de la plantilla por edades

más de 50	213	136
30-50	413	481
menos de 30	11	19
<b>Total</b>	<b>637</b>	<b>636</b>

## Rotación por grupo de edad y género

Tramos de edad	Índice de rotación 2017		Índice de rotación 2016		Índice de rotación 2015	
<30	18,18	5,26	40	11,54	-	6,67
30-50	1,69	1,87	3,73	0,99	0,86	0,94
>50	-	-	1,54	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1,41</b>	<b>1,57</b>	<b>3,63</b>	<b>1,25</b>	<b>0,62</b>	<b>0,95</b>

Datos a 31 de diciembre de 2017.

Nota: A partir de 2017, se ha utilizado la siguiente fórmula para el cálculo del índice de rotación (IR), habiéndose aplicado también a los datos comparativos de los 2 años anteriores: bajas no deseadas / plantilla a 31 dic. correspondiente a cada tramo de edad \*100. Se consideran bajas no deseadas las bajas voluntarias y las excedencias voluntarias, no teniendo en cuenta los fallecimientos, la invalidez y jubilación.

## Distribución de las incorporaciones por edad y género

más de 50	2	1
30-50	10	8
menos de 30	5	5
<b>Totales</b>	<b>17</b>	<b>14</b>

## Distribución de los despidos por edad y género

menos de 30	1	0
30-50	4	4
más de 50	3	3
<b>Totales</b>	<b>8</b>	<b>7</b>

## Distribución de la plantilla a tiempo parcial

COMPOSICIÓN POR CATEGORÍAS	PERSONAL EN TIEMPO PARCIAL			
	2017		2016	
				
Directivo		3		2
Jefe Dpto.	1	5	1	5
Periodistas	2	27	2	27
Empleados	13	110	11	112
Operarios				
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>145</b>	<b>14</b>	<b>146</b>

Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Plantilla con reducción de jornada



Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Permisos parentales

	2017		2016	
				
Nº de empleados que hicieron uso del derecho al permiso parental	14	21	25	23
Nº de empleados que retornaron al trabajo después de hacer uso de un permiso parental	14	21	25	23
Nº de empleados que retornaron al trabajo después de un permiso parental y que mantuvieron su empleo en los 12 meses posteriores a su reincorporación	14	21	25	23

Datos a 31 de diciembre de cada ejercicio.

Nota. el 100% de la plantilla tiene derecho a solicitar un permiso de maternidad/paternidad. Por otra parte, en todos los casos en los que se ha disfrutado de un permiso parental se ha producido la reincorporación y retención del puesto de trabajo, siendo la tasa de retorno al trabajo tras un permiso de estas características, del 100%.

LOS CONVENIOS  
COLECTIVOS  
GARANTIZAN UNAS  
CONDICIONES  
DE TRABAJO  
APROPIADAS Y  
ACEPTADAS POR  
AMBAS PARTES,  
UN CLIMA SOCIAL  
ADECUADO Y LA  
COMPETITIVIDAD  
DE LA COMPAÑÍA  
EN EL MERCADO  
AUDIOVISUAL

## Relación con los empleados

Las relaciones laborales entre la compañía y sus empleados se enmarcan en los convenios colectivos de aplicación en las distintas sociedades del Grupo. Cada convenio define su propio ámbito de aplicación, previendo la exclusión de determinados colectivos que por su singularidad tienen su propia regulación.

Estos convenios garantizan unas condiciones de trabajo apropiadas y aceptadas por ambas partes, un clima social adecuado y la competitividad de la compañía en el mercado audiovisual.

**Mediaset España** XI Convenio Colectivo de Mediaset España. Vigencia 2014-2017.

Denunciado por la parte social el 5/10/2017 y constituida la Mesa Negociadora el 24/10/2017.

**Publiespaña** Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016.

Actualmente denunciado, pero mantiene su aplicación.

**Telecinco Cinema** Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid (vigencia 2013-2017), si bien los trabajadores tienen reconocidas mejoras establecidas por el Convenio Colectivo de Mediaset España vigente en cada momento.

**Conecta 5** Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid. Vigencia 2013-2017.

**Netsonic <sup>(2)</sup>** Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016.

Actualmente denunciado, pero mantiene su aplicación.

La libertad de asociación y la libertad sindical, como derechos fundamentales, son reconocidos y respetados en cada país donde el Grupo tiene plantilla, mediante la aplicación de las disposiciones legales establecidas en cada lugar. Durante 2017 no se ha producido ninguna situación de riesgo en relación al ejercicio de la libertad de asociación y la libertad sindical.

## Porcentaje de empleados cubiertos por un Convenio Colectivo para cada empresa (1)



(1) Datos a 31 de diciembre de 2017.

(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 (20 trabajadores que desempeñan su trabajo en Colombia, México, Estados Unidos y Perú), se encuentran reguladas por la legislación propia de cada país, cumplida de manera estricta por el Grupo Netsonic.

## LOS PLANES DE IGUALDAD CONSOLIDADOS A LO LARGO DE LOS AÑOS EN EL GRUPO HAN FOMENTADO UNA CULTURA DE IGUALDAD Y CONCILIACIÓN EN TODOS LOS NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN

### Igualdad de oportunidades

La igualdad de oportunidades es un principio recogido en el Código Ético de Mediaset España y cuya 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 los procedimientos de gestión del riesgo psicosocial y acoso vigentes.

Los **convenios colectivos** de aplicación garantizan que aspectos como la contratación, asignación de puestos de trabajo, remuneración, régimen disciplinario o finalización de la relación contractual se basan en factores objetivos y, en ningún caso, se vinculan a condiciones personales de los trabajadores, tales como el género, la raza o la religión, entre otros.

Por su parte, los **planes de igualdad** consolidados a lo largo de los años en el Grupo han fomentado una cultura de igualdad y conciliación en todos los niveles de la organización, recogiendo medidas de conciliación e igualdad de oportunidades y garantizando su difusión a través de los canales de comunicación interna. En 2017 cabe destacar que se ha firmado la prórroga del Plan de Igualdad de Mediaset España, que estará vigente desde comienzos de 2018 y hasta la firma del nuevo Convenio Colectivo.

Durante el año no se han reportado casos de discriminación. Asimismo, los diagnósticos desarrollados de manera previa a la fijación de objetivos en los planes de igualdad no han detectado situaciones discriminatorias

o constitutivas de una desigualdad en el ámbito laboral por razón de sexo. Tampoco se ha producido en 2017 ninguna denuncia por razón de acoso que haya hecho necesario activar el procedimiento para la gestión del riesgo psicosocial y el acoso en el entorno laboral.

El **Agente de Igualdad** ha continuado asesorando a los empleados y tramitando la aplicación de las medidas contenidas en el Plan de Igualdad y el Convenio Colectivo durante el año. También ha elaborado el Informe Anual sobre Igualdad en la Empresa, entregándolo posteriormente a los representantes de los trabajadores. Este documento contiene información relevante sobre la representación de las mujeres en la organización, incluido el nivel directivo y cargos de responsabilidad, sobre la distribución de la plantilla por niveles y especialidades, así como sobre las medidas adoptadas para fomentar la igualdad y la conciliación.

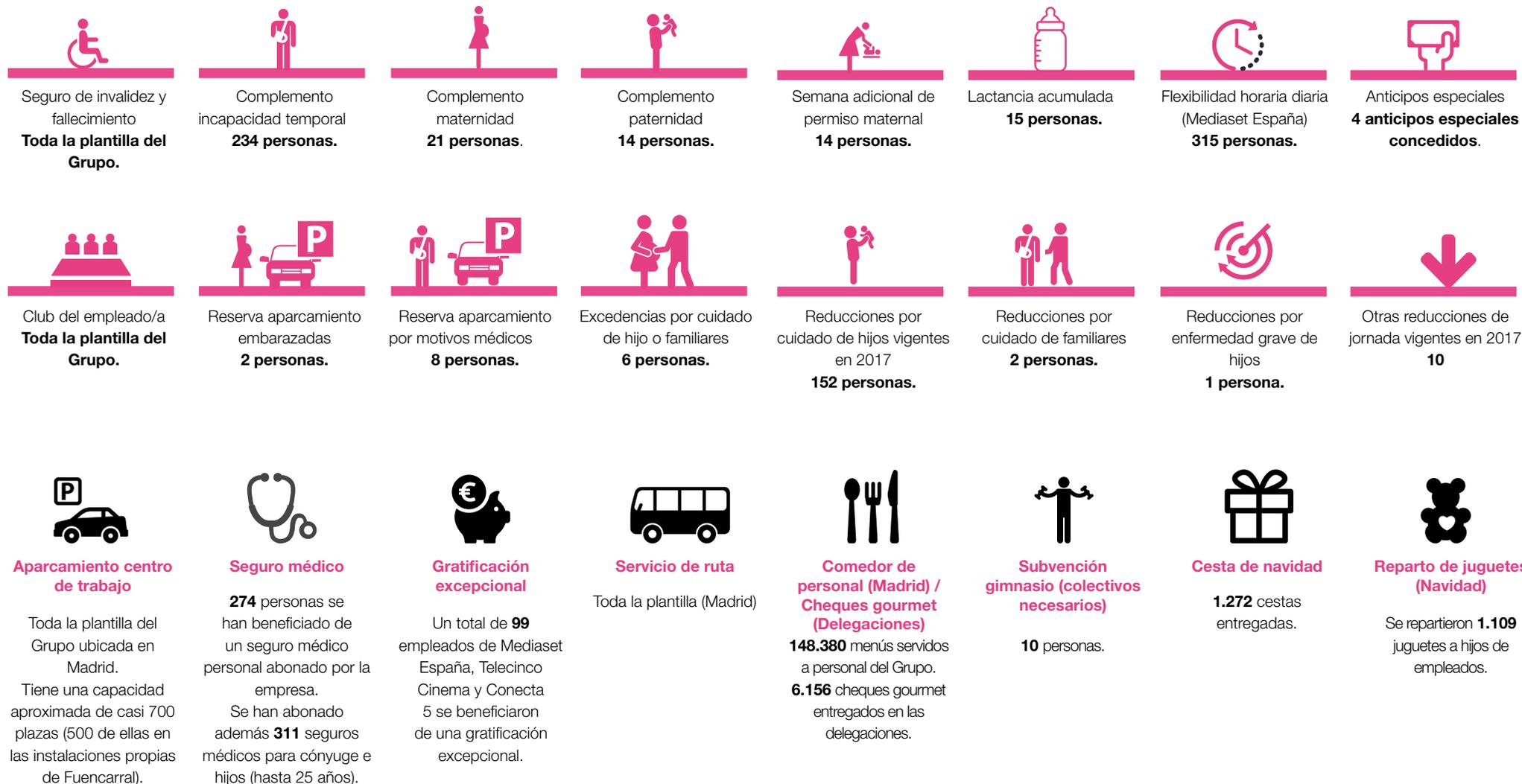
Por otra parte, y con el fin de difundir el compromiso de Mediaset España con la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida personal y profesional, cabe destacar que durante 2017 se ha actualizado la Guía de Medidas de Conciliación, cuyo contenido se ha publicado en el Portal del Empleado. En esta línea, también se ha desarrollado una formación actualizada en materia de igualdad en la empresa, impartida por la Cámara de Comercio de Madrid.

## DURANTE 2017 NO SE HAN REPORTADO CASOS DE DISCRIMINACIÓN NI SE HA PRODUCIDO NINGUNA DENUNCIA POR RAZÓN DE ACOSO

Empresa	Política	Vigencia									
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
Mediaset España	V Plan de Igualdad										
	Anexo Plan de Igualdad										
	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso										
PúbliEspaña	VI Plan de Igualdad										
	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso										
Telecinco Cinema	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso										
Conecta 5	VI Plan de Igualdad										
	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso										

## Beneficios sociales y medidas de conciliación

Durante 2017 los empleados de Mediaset España han disfrutado de los siguientes beneficios sociales y medidas de conciliación:



LA INVERSIÓN EN FORMACIÓN HA ASCENDIDO A MÁS DE 148.000 EUROS Y MÁS DE 48.000 EUROS EN BECAS DE ESTUDIO.

## Formación y captación de nuevo talento

La gestión del talento es un aspecto crítico en la estrategia empresarial de Mediaset España y, por tanto, un asunto central de la gestión de recursos humanos. En este ámbito, la capacitación y el refuerzo de las habilidades de los empleados resultan clave, y cobran aún más relevancia en un sector donde la capacidad de innovación está directamente relacionada con el liderazgo.

A esta tarea se dedican buena parte de los esfuerzos y la inversión del Grupo relacionada con la gestión de recursos humanos. Concretamente, durante el pasado año la inversión en formación ha ascendido a más de 148.000 euros, a la que se añaden más de 48.000 euros abonados en concepto de becas de estudio.

En 2017 el Plan de Formación se ha focalizado especialmente en el desarrollo de habilidades de la plantilla, que ha representado el 30% del total de formación, más de 3.000 horas. Entre las temáticas más destacadas se sitúan los Programas de desarrollo directivo, el Coaching Ejecutivo y el Master en Creación y Gestión de contenidos audiovisuales.

Por otra parte, se han desarrollado numerosas acciones dirigidas a la capacitación en software/ informática, lo cual ha supuesto el 21% del total de la formación. Además, se ha mantenido una política continuista en los programas de desarrollo, en la formación en idiomas y en la formación en Prevención de Riesgos laborales. También cabe destacar que durante el pasado año ha tenido lugar la 5ª edición de la formación en prevención del blanqueo de capitales y que se ha participado nuevamente en la edición del Programa de Desarrollo directivo para mujeres.

En Publiespaña se ha formado a las nuevas incorporaciones en el Sistema de Evaluación del Desempeño. Además se ha retomado la formación en habilidades comunicativas, así como en otras habilidades técnicas y de negocio. En el marco de la transformación digital del Grupo, se han llevado a cabo iniciativas orientadas al desarrollo del negocio digital y la publicidad programática. A su vez, la compañía ha puesto en marcha el plan de concienciación y formación en materia de Ciberseguridad, llevando a cabo esta formación a toda la dirección de la compañía, estando previsto ampliarla al resto de la plantilla, en 2018.

ADAPTACION AL PUESTO  
(PLAN INDUCCIÓN)

**179 h.**

2%  
sobre total

TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL

**743 h.**

7%  
sobre total

CAPACITACION EN  
SOFTWARE/ INFORMATICA

**2.276 h.**

21%  
sobre total

DESARROLLO DE  
HABILIDADES DE GESTIÓN

**3.070 h.**

28%  
sobre total



Formación  
impartida  
2017

FORMACION ESPECIFICA  
DEL PUESTO

**1.414 h.**

13%  
sobre total

FORMACION IDIOMATICA

**1.571 h.**

14%  
sobre total

PRL

**1.630 h.**

15%  
sobre total

## Participantes por tipos de formación

	2015			2016			2017		
	Asistencias	Participantes	Nº horas	Asistencias	Participantes	Nº horas	Asistencias	Participantes	Nº horas
Idiomas (presencial)	78	26	1.419	27	20	223	19	11	227
Formación en grupos	1.773	780	14.858	624	412	4.971	717	416	5.492
Seminarios y congresos	31	31	269	28	24	335	35	28	208
Programas máster	3	3	1500	4	4	2.000	7	7	2.600
Formación on line	101	101	1.794	468	428	5.696	743	691	2.356
Becas de estudio concedidas		97			90			103	

Alcance: los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y al personal contratado por ETT.

Nota 1: en la columna "Asistencias" se detallan todas las personas que han acudido a la formación, sin diferenciar si están o no repetidas.

Nota 2: en la columna "Participantes" se detallan los asistentes no repetidos en la misma categoría formativa (por ejemplo, Idiomas), si bien pueden repetirse los asistentes entre las diferentes categorías formativas.

EL 30% DE LA FORMACIÓN IMPARTIDA SE HA DESTINADO AL REFUERZO DE LAS HABILIDADES DE LA PLANTILLA.

## Horas de formación, desglosado por categoría laboral y por género

	2015		2016		2017		Ratio de horas de formación	
	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.
Directivo	595	970	483	746	328	655	4,32	15,98
Jefe Dpto.	216	880	282	822	344	813	8,82	18,91
Periodista	48	188	160	130	-	12	-	0,14
Empleados y operarios	9.674	6.046	4.893	5.425	3.974	3.972	8,49	8,42
ETT	719	504	220	64	697	88	-	-
<b>Total</b>	<b>11.252</b>	<b>8.588</b>	<b>6.038</b>	<b>7.187</b>	<b>5.343</b>	<b>5.540</b>	<b>8,39</b>	<b>8,63</b>
	<b>19.840</b>	<b>13.225</b>	<b>10.883</b>					

\*En lo que respecta a la formación brindada al personal contratado a través de ETT, no se efectúa el ratio de horas por persona dado que el sistema de registro contabiliza el número de contratos firmados y no el número de personas contratadas a través de ETT. Por ello, dicho ratio no reflejaría la información real, ya que indicaría horas por contrato y no por persona, pudiendo una persona haber tenido más de un contrato.

## Programas de formación en habilidades

	2015			2016			2017		
	Nº acciones	Horas	Asistencia	Nº acciones	Horas	Asistencia	Nº acciones	Horas	Asistencia
	8	2.694	65	18	7.052	139	8	3.302	65

Nota: los totales de acciones formativas se refieren a acciones formativas distintas, no se consideran acciones formativas que se repitan en las distintas empresas del Grupo.

## Programas de formación en competencias transversales

	2015			2016			2017		
	Nº acciones	Horas	Asistencia	Nº acciones	Horas	Asistencia	Nº acciones	Horas	Asistencia
	19	4.233	203	18	4.176	149	10	2.036	108

Nota: los totales de acciones formativas se refieren a acciones formativas distintas, no se consideran acciones formativas que se repitan en las distintas empresas del Grupo.

MEDIASET ESPAÑA HA CONTINUADO DESARROLLANDO SU COMPROMISO CON LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO DE VALOR AÑADIDO PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL A TRAVÉS DEL MASTER UNIVERSITARIO DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES, EL PROGRAMA EXPERTO-EXPERTISE Y EL PROYECTO JUMPING TALENT.

Más allá del Plan de Formación interno, durante 2017 Mediaset España ha continuado desarrollando su compromiso con la generación de conocimiento de valor añadido para el sector audiovisual a través del **Master universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales**, un título de postgrado que Mediaset España impulsa de manera conjunta con la Universidad Europea de Madrid.

En la VIII edición, clausurada en el mes de junio, han participado un total de 20 estudiantes, de los que 4 pertenecían al Grupo Mediaset España. A lo largo del desarrollo del Master, los alumnos han contado con la participación de ponentes de reconocido prestigio integrantes de la compañía, además de haber podido visitar las instalaciones de Mediaset España.

A su vez, a lo largo del año el Grupo ha seguido consolidando su política de colaboración con universidades, escuelas de negocio y centros de formación profesional, una vía más para captar el mejor talento, al tiempo que se facilita a los jóvenes participantes la adquisición de competencias técnicas y humanas que les capacitan para abrirse camino en el mercado laboral.

En este sentido, la presencia de estudiantes de formación profesional ha aumentado en un 33% respecto a 2016 y en un 37,9% la de estudiantes de formación superior. En total, 261 alumnos pasaron por Mediaset España, siendo contratados finalmente 63 de ellos para trabajar en las distintas empresas del Grupo.

Por otra parte, en 2017 ha seguido vigente el acuerdo con la Universidad Politécnica de Madrid para incorporar alumnos que han finalizado sus estudios, el denominado Programa Experto-Expertise, y la compañía ha vuelto a participar en el Proyecto Jumping Talent, liderado por Universia.

Gracias al Programa Experto-Expertise, durante el pasado año un total de 3 licenciados universitarios han podido complementar su formación académica con una formación on line con validez internacional en business, así como con una formación práctica en empresas del Grupo en los ámbitos técnicos, de contenidos y transversal.

Por su parte, Jumping Talent permite a las compañías participantes acceder a la selección de los mejores 100 universitarios del país para su incorporación en programas de formación en la empresa o de primer empleo, por un período de 3 a 9 meses. En 2017 han participado un total de 99 candidatos, si bien no se ha producido ninguna contratación posterior.



EL 24% DE LA PLANTILLA DEL GRUPO HA ESTADO ADSCRITO EN 2017 AL SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.

## Evaluación del desempeño

### Empleados bajo el sistema de evaluación del desempeño

			% sobre total de plantilla
<b>Mediaset España (1)</b>			
Directivos	58	26	
Mandos intermedios	7	2	
Ejecutivo de cuentas	2	8	
Técnicos	4	18	
Ordenanzas	-	-	
Secretarías	-	-	
Recepcionistas	-	-	
<b>Total Mediaset España</b>	<b>125</b>		<b>11,46%</b>
<b>Publiespaña</b>			
Directivos	14	12	
Mandos intermedios	10	9	
Ejecutivo de cuentas	25	32	
Técnicos	13	46	
Ordenanzas	2	-	
Secretarías	-	16	
Recepcionistas	-	-	
<b>Total Publiespaña</b>	<b>179</b>		<b>98,35%</b>
<b>Total Grupo Mediaset España</b>	<b>135</b>	<b>169</b>	
	<b>304</b>		<b>23,88%</b>

(1) Mediaset España: Directivos, algún Jefe de Departamento y técnicos. Incluye todas las empresas del grupo excepto Publiespaña.



MEDIASET ESPAÑA  
ES MIEMBRO DE LA  
RED DE EMPRESAS  
SALUDABLES  
DEL MINISTERIO  
DE EMPLEO Y  
SEGURIDAD SOCIAL  
Y SUSCRIBE LA  
DECLARACIÓN DE  
LUXEMBURGO.

## Prevención de riesgos laborales

La Seguridad y Salud en el Trabajo se regulan y garantizan en Mediaset España mediante el **Plan de Prevención de Riesgos Laborales 2015-2018**. A partir de los objetivos definidos en dicho Plan, el Servicio de Prevención Mancomunado elabora un Plan Anual de la Actividad Preventiva, tal y como se describe en el apartado “Gestión del Equipo Humano”, de este Informe.

### Plan 2017 de la Actividad Preventiva Medidas destacadas

- Sistema de gestión para la Coordinación de Actividades Empresariales mediante sistemas informatizados.
- Nuevo procedimiento de medición de radiación electromagnética y realización de un mapa de riesgos de toda la instalación de Fuencarral.
- Estudio corporativo de la adaptación de puestos de trabajo en función de la edad.
- Escuela de espalda, información a los afectados e incorporación de un fisioterapeuta en el programa preventivo.

Entre las medidas tomadas en 2017, en el marco del Plan Anual de la Actividad Preventiva, cabe destacar la implantación de un servicio de fisioterapia en la sede de Mediaset España en Fuencarral. Un servicio que los empleados podrán usar hasta una vez al mes dentro de la jornada laboral, sin necesidad de recuperación del tiempo de trabajo y con previa autorización de los responsables, abonando el coste del mismo.

Además, Mediaset España cuenta con un **Manual de Procedimientos** que aborda aspectos de la gestión empresarial con incidencia en la seguridad y la salud, como puedan ser la coordinación de actividades empresariales, la adquisición y compra de productos o la incorporación efectiva de nuevos requerimientos normativos relacionados con la evaluación de riesgos por exposición a radiaciones ópticas, entre otros. Un ejemplo de este tipo de procedimientos es el creado para enviados especiales a zonas de riesgo o conflicto. Este procedimiento involucra de forma conjunta al Servicio de Prevención Mancomunado, el Servicio Médico, la Subdirección de Desarrollo de Recursos Humanos y el Área de Seguros de la Dirección de Compras y Servicios Generales.

Como novedad, en 2017 se ha facilitado a aquellos empleados con teléfono corporativo el Plan de Acogida mediante una app, como una medida más para cumplir con el precepto de información al trabajador que establece la Ley sobre riesgos y medidas preventivas.

Por su parte, el **Comité de Seguridad y Salud**, órgano destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de Prevención de Riesgos Laborales, ha mantenido en 2017 cuatro reuniones ordinarias y una extraordinaria. Algunos de los asuntos más relevantes tratados durante 2017 en el contexto de estas reuniones han sido el estudio médico de regidores, la compra de gafas de campo invertido para cámaras, acciones formativas de gestión del estrés, movilidad de trabajadores, comunicación de los turnos con más preaviso, trabajos de climatización realizados en la sala de emisión, desarrollo de campañas de prevención, la realización de la auditoría interna preventiva, la digitalización del servicio médico, la puesta en marcha del servicio de fisioterapia en las instalaciones o la dotación de desfibriladores en el centro de trabajo.

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**.

## Campañas de sensibilización interna para el cuidado de la salud



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, aprobado por la compañía en octubre de 2016 para el centro de trabajo de Fuencarral en Madrid.

En 2017, Mediaset España, en el ejercicio de este compromiso, ha tomado diversas medidas para el fomento de la salud entre su plantilla

Esfuerzos que han hecho merecedora a Mediaset España de un accésit en la categoría Grandes Empresas de los **V Premios Escolástico Zaldívar**.

Mediaset España cuenta con la certificación **OHSAS 18.001**, que garantiza que las medidas de Seguridad y Salud en el Trabajo implantadas en la compañía se desarrollan dentro de un sistema de gestión estructurado, integrado eficazmente en la organización. Asimismo, se garantiza el cumplimiento de la política definida en la materia, puesto que se han implantado los mecanismos de control necesarios y se ha designado a los responsables de llevarlos a cabo. La auditoría realizada en 2017 en relación a esta certificación ha confirmado la correcta adecuación de la gestión a la norma.

Como parte de las labores de prevención, a lo largo del año se imparte formación a los trabajadores sobre diversas materias. En 2017 los contenidos formativos relacionados con PRL han representado el 14,96% de conjunto de la formación ofertada y en ellos participaron 821 empleados, un 35,5% más que en 2016. Destaca la formación en Seguridad y Emergencia, a la que asistieron hasta 673 empleados.

## EN 2017, EL SERVICIO MÉDICO UBICADO EN LAS INSTALACIONES DE FUENCARRAL PRESTÓ 5.279 ASISTENCIAS AL PERSONAL

La difusión de los cursos de asistencia voluntaria se ha llevado a cabo a través de la intranet corporativa, mientras que el desarrollo de los cursos considerados como obligatorios para el desempeño de un puesto de trabajo se ha ofrecido de manera directa a los destinatarios objeto de los mismos.

Además, de forma habitual se toman una serie de medidas para garantizar la seguridad y bienestar de los empleados:

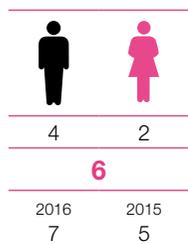
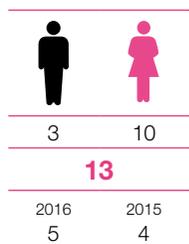
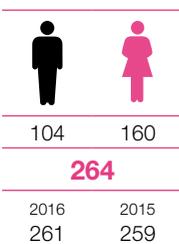
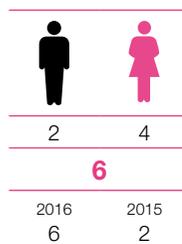
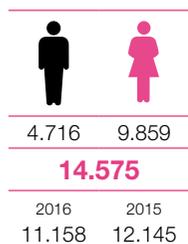
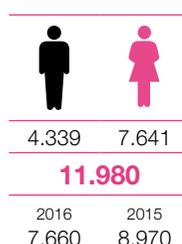
- **Difusión de información en la intranet** sobre los puestos de trabajo, riesgos asociados y medidas preventivas. Hay que destacar en este sentido la circular informativa para una adecuada protección a la maternidad, en la que se detallan las condiciones básicas de exclusión de mujeres embarazadas para determinadas tareas y el listado de puestos de trabajo que no pueden ser ocupados por embarazadas.
- **Prevención específica en los eventos especiales** de los programas, en coordinación con el área de Producción de programas.
- **Coordinación de las actividades empresariales** en materia preventiva con las empresas colaboradoras.
- **Presencia de Recursos Preventivos** en el montaje/desmontaje de los decorados de los programas.
- **Designación de Personal Autorizado** en trabajos que puedan suponer algún riesgo específico, entre otras acciones.

## Formación en Prevención de Riesgos Laborales impartida en 2017

Programa Formativo	Nº participantes	Horas Realizadas
Gestión del estrés	19	152
Formación auditores PRL en OHSAS 18001	1	21
Encuentro RRHH 3.0: Deporte y Empresa	1	4
Formación en seguridad y emergencia	673	673
Curso de PRL	1	30
Formación para trabajadores susceptibles de encontrar instalaciones con amianto	13	52
PRL debidos a campos electromagnéticos	1	5
Riesgo eléctrico	18	108
Seguridad en trabajos en altura	19	152
Lucha contra incendios	23	161
Empresa Saludable Médico Mentor	15	165
Primeros auxilios	21	84
Congreso Prevencionar	1	7
Prevención de riesgos en puestos de oficina	2	2
Formación sobre descarga de mercancías peligrosas	14	14
<b>Total</b>	<b>822</b>	<b>1.630</b>

Alcance: los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y al personal contratado por ETT.

Pese a tener implantado un completo sistema de prevención de riesgos laborales, en 2017 se han materializado una serie de incidentes no deseados vinculados a la seguridad y salud en el trabajo, tal y como se detalla en el grafismo adjunto.

**ACCIDENTE LABORAL CON BAJA (ALCB)**

**ACCIDENTE LABORAL IN ITINERE (ALI)**

**ENFERMEDAD COMÚN (EC)**

**ACCIDENTE NO LABORAL (ANL)**

**TOTAL DÍAS PERDIDOS<sup>(1)</sup>**

**TOTAL DÍAS PERDIDOS EXCLUYENDO BAJA POR MATERNIDAD / PATERNIDAD**


## Índice de accidentalidad



I. Frecuencia =  $n^{\circ}$  ALCB x 1.000.000 / Horas trabajadas x media de empleados.

II. Incidencia =  $n^{\circ}$  ALCB x 1.000 / Media trabajadores.

III. Gravedad = Jornadas perdidas por ALCB x 1.000 / Horas trabajadas en el año.

Nota: Para el cálculo de los índices de accidentalidad se utiliza mensualmente el número de trabajadores que han cotizado a la Seguridad Social durante todo el mes. Difiere de la plantilla media ya que ésta contempla únicamente el número de trabajadores contratados por cada empresa del Grupo, a fin de mes.

Se considera que no existen enfermedades profesionales con una mayor incidencia o riesgo en el Grupo.

(1) N° de días de absentismo. Incluye datos correspondientes a enfermedad y también a baja por maternidad/paternidad.

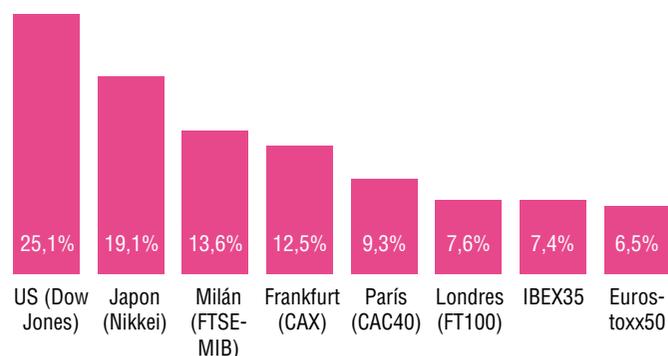
# VALOR PARA LOS ACCIONISTAS E INVERSORES

## AL CIERRE DEL AÑO LOS PRINCIPALES ÍNDICES MUNDIALES PRESENTARON UNA EVOLUCIÓN POSITIVA.

2017 se esperaba que fuese un año de incertidumbres políticas: la incógnita D.Trump como nuevo presidente de los Estados Unidos de América, las elecciones en Francia y Alemania, la debilidad del gobierno italiano así como las negociaciones por el Brexit hacían vaticinar un año muy volátil en las bolsas mundiales. Sin embargo, la reacción de los mercados ha sido todo lo contrario, con crecimientos sostenidos y constantes que han llevado a las principales bolsas mundiales hacia nuevos records, donde los índices de Estados Unidos, Alemania e Inglaterra han marcado nuevos records históricos a lo largo del año.

En este sentido, el mejor índice en Europa ha sido el FTSE Mib italiano con una revalorización del 13,61% gracias al tirón de los valores financieros; en segundo lugar se encuentra el DAX30 alemán con un incremento anual del 12,51%, cerrando en niveles de record gracias al buen tono de las empresas exportadoras. Tercero en el ranking europeo fue el CAC40 francés con una subida del 9,26%, en el año en que la elección del nuevo presidente E.Macrón alejó los miedos sobre el posible surgimiento del populismo en Europa; le ha seguido el FTSE100 británico que tuvo una revalorización del 7,63%, cerrando en 7.687,77 puntos, donde la depresión del tipo de cambio de la Libra, agitada por la antesala del Brexit, apoyó la evolución del selectivo inglés. Por su parte, el Euro Stoxx50, índice de referencia en Europa, que aglutina las 50 mayores empresas europeas cotizadas, tuvo una revalorización del +6,49%.

## Evolución de los principales índices bursátiles mundiales en 2017



Fuente: Thomson Reuters

Por su parte, en Estados Unidos los índices han cerrado en niveles de máximos históricos con los valores tecnológicos dando un fuerte empuje. El Nasdaq cerró 2017 con un incremento del 28,24%, seguido por el Dow Jones que creció un 25,08%. El S&P500 se revalorizó un 19,42%, índice que ha logrado cerrar todos los meses del año en positivo por primera vez desde 1988, con una volatilidad inferior al 10% durante más de 200 sesiones, un record en 50 años. La baja volatilidad, los buenos datos macroeconómicos y empresariales han animado los inversores a apostar por las bolsas y por los valores cíclicos.

## Relación Euro/Dólar

El cambio euro/dólar americano tuvo una evolución muy positiva en 2017 siguiendo el rally ya apreciado en el último mes de 2016, tras la elección del presidente D. Trump. A cierre de 2017 el euro cotizaba a 1,196\$, presentando un incremento del 14,1%.

## Petróleo

El precio del petróleo en 2017 continuó la senda del año anterior; a cierre de año el precio del BRENT (referencia en Europa por el precio del barril de petróleo) era 66,87\$, presentando un incremento del 17,7% en el año. Los acuerdos aprobados a finales de 2016 por parte de los países de la OPEP en mérito a la reducción de los niveles de producción fueron un soporte para el precio del barril.

## Prima de riesgo

La prima de riesgo española tuvo, al igual que en 2016, una evolución aplanada, en el entorno de los 100 puntos. El máximo anual se alcanzó en 150,3 puntos el 13 de abril, y después de tocar techo se fue reduciendo a la mitad hasta alcanzar su mínimo en 89,7 puntos el 21 de julio. Tras del verano, coincidiendo con el incremento de las tensiones políticas en Cataluña, volvió a crecer hasta cerrar en 111,8 puntos.

## IBEX 35

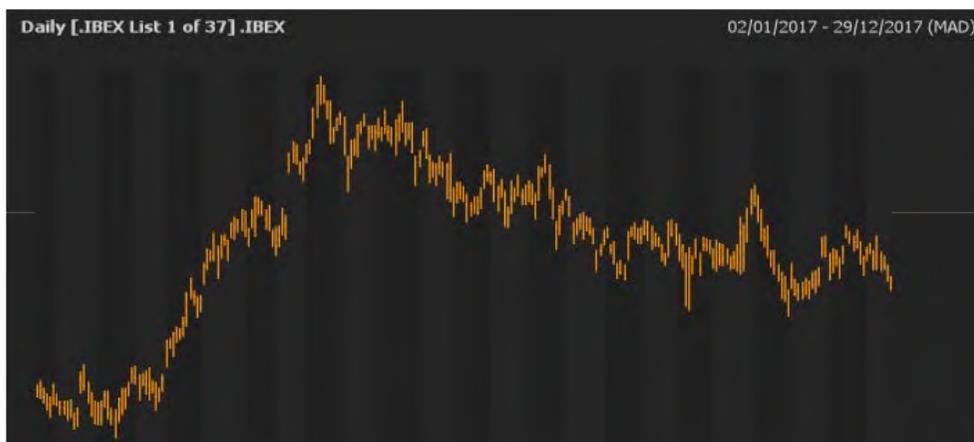
La bolsa española tuvo en 2017 su mejor año desde 2013, tras subir un 7,4%, con 24 de los grandes valores al alza. Muchas luces en un primer semestre que se vieron difuminadas por las sombras del último trimestre del año. Hasta mayo, el selectivo llegó a revalorizarse casi un 20% y a superar los 11.100 puntos (algunos incluso soñaban ya con los 12.000pp), pero el selectivo tropezó en la recta final de año con la crisis política catalana, haciendo que los inversores internacionales y nacionales se retiraran, a la espera de que se despejaran las incertidumbres políticas.

En este contexto, el selectivo español cerró en positivo siete de los 12 meses del año, tocando mínimo a principios de año (23 de enero), con 9.304,80 puntos y alcanzando un máximo el 5 de mayo, con 11.119,90 puntos.

Los 35 mayores valores de la Bolsa española cerraron 2017 con una capitalización de €647.436 millones, €66.548 millones más que en el año anterior. A cierre de año Inditex, con una capitalización de €90.523 millones, fue la empresa española con mayor capitalización; el Banco Santander la segunda, con €88.410 millones y tercero el banco BBVA, con €47.422 millones. Mediaset España, con €3.151 millones, se ha situado en la posición n.30 por capitalización entre las empresas del Ibex35.

En cuanto al volumen negociado del IBEX35 en 2017, éste estuvo en línea con el año anterior: 588.323 millones de euros, lo que representa un incremento del 1,8% respecto a 2016. Los valores más negociados fueron Santander, BBVA y Telefónica, que en su conjunto centraron el 40% del volumen total del año.

## Evolución del IBEX35 en 2017



Fuente: Thomson Reuters

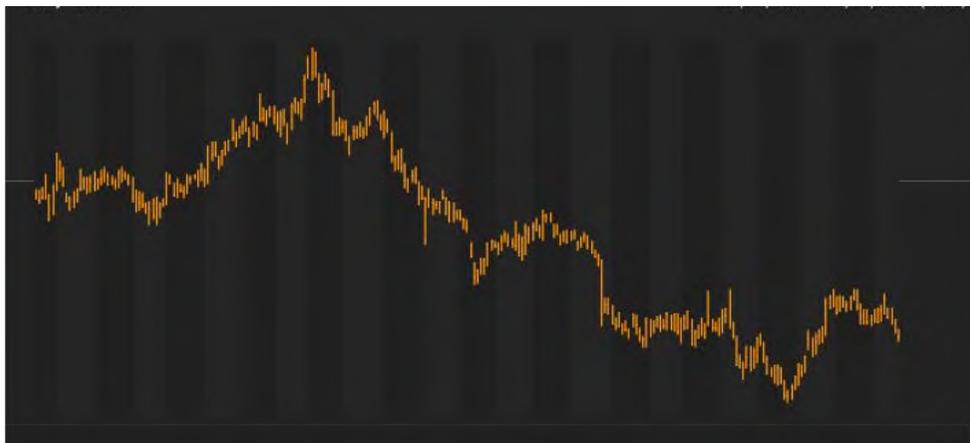
## Mediaset España en bolsa y su comparativa con otras compañías europeas

Mediaset España cerró el año cotizando a €9,36, con una caída del 16,1%, siendo uno de los peores valores del Ibex35 en 2017. El máximo anual se alcanzó el 4 de mayo, día anterior al pago del dividendo, con un valor de €13,00 (valor máximo de la cotización de la compañía desde el 16 de julio de 2015). Luego de tocar techo, la cotización se fue deprimiendo hasta alcanzar el mínimo anual el 10 de noviembre, llegando a un valor de €8,62. En particular, el 29 de agosto las acciones de la compañía tuvieron una de sus peores jornadas en bolsa tras caer un 7%, ese día la compañía de televisión alemana ProSieben anunció un profit warning (una advertencia llevada a cabo por una compañía cotizada, por el que comunica que sus resultados sufrirán una fuerte disminución de los beneficios). Dicho anuncio tuvo un efecto contagio en las cotizaciones de la principales compañías europeas de televisión, por el temor de los inversores a que la situación experimentada en Alemania se pudiera replicar, de alguna forma, en otros países de la región, situación que no se produjo.

El promedio de títulos negociados cada día fue 1.290.029 títulos, lo que supuso una caída respecto al año anterior del 19%, y en euros el promedio diario negociado fue €14.153.425,65.

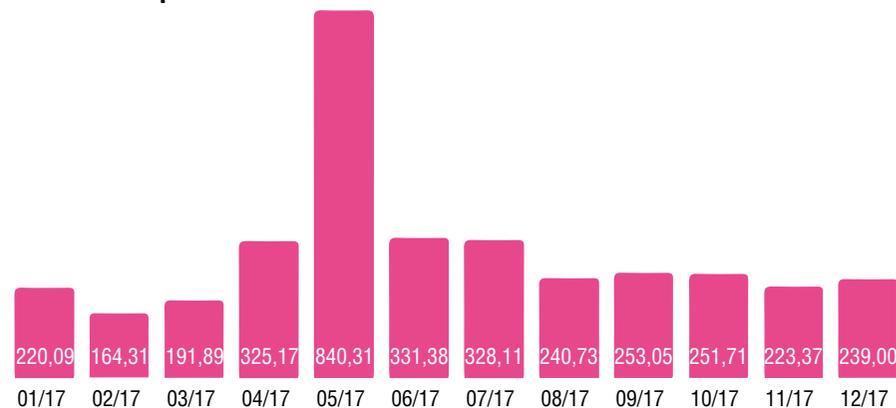
El volumen total negociado de Mediaset España en 2017 fue de €3.609,1 millones, con una variación de -€315 millones, representando una caída del 14,5% respecto al año anterior. En cuanto al volumen total de títulos negociados en 2017, éste fue de 354,3 millones frente a los 411,5 millones de 2016. El mes de mayo, coincidiendo con el pago del dividendo anual, fue el mes con mayor negociación de títulos de Mediaset España.

### Evolución de la cotización de Mediaset España en 2017



Fuente: Thomson Reuters

### Evolución de los volúmenes (€) mensuales negociados de Mediaset España en 2017



Fuente: Thomson Reuters

En cuanto a capitalización bursátil de Mediaset España, a 31 de diciembre ésta fue de €3.151,3 millones, un decremento de €600 millones comparado con el año anterior.

En el ranking de capitalización bursátil, Mediaset España se ha colocado una vez más en primera posición a nivel nacional entre las compañías del sector media, con una diferencia de €1.187 millones respecto a su inmediato competidor (Atresmedia) y un 33% superior al conjunto de las empresas del sector.

La evolución bursátil de las principales compañías del sector media en Europa fue negativa. Prosieben encabezó las caídas con un -21,6%, producto del castigo de los inversores tras el ya mencionado profit warning. Las empresas francesas TF1 (+30%) y M6 (+22%) tuvieron una evolución positiva, desmarcándose del resto de operadores europeos; los inversores apostaron por las acciones francesas a raíz de la elección de E. Macrón como nuevo presidente del país galo, en cuyo programa electoral estaban previstas algunas reformas favorables al sector TV.

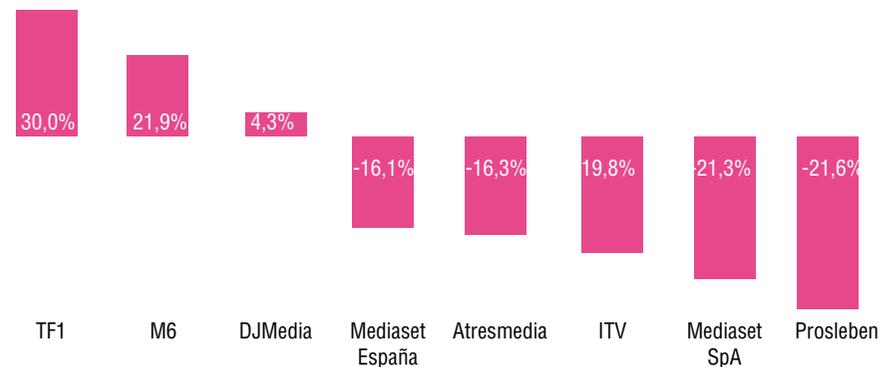
En términos de capitalización, Mediaset España se ubica, un año más, en cuarta posición de la clasificación europea de broadcasters, detrás de ITV, Prosieben y Mediaset SpA.

### Capitalización de las principales compañías media en España en 2017



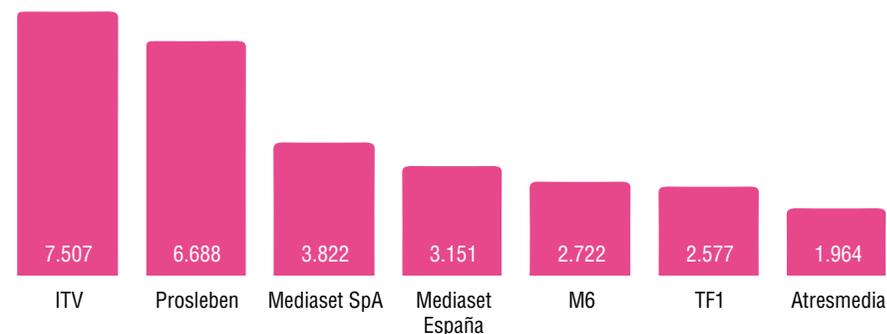
Fuente: Thomson Reuters

### Evolución bursátil de las principales compañías del sector media en Europa en 2017



Fuente: Thomson Reuters

### Capitalización de las principales compañías media en Europa en 2017



Fuente: Thomson Reuters

## Atención a accionistas e inversores

La Dirección de Relación con Inversores y la Oficina del Accionista de Mediaset España ha tenido, durante 2017, un nivel de actividad muy parecido al del año anterior, lo que refleja un importante interés por parte de los inversores, así como una gran apertura de la compañía para comunicarse con este colectivo.

En este sentido, la compañía ha participado en 22 conferencias celebradas tanto en España como en Reino Unido, Francia, Suiza y Estados Unidos, dedicadas a las empresas del sector de medios de comunicación así como a compañías de la península ibérica.

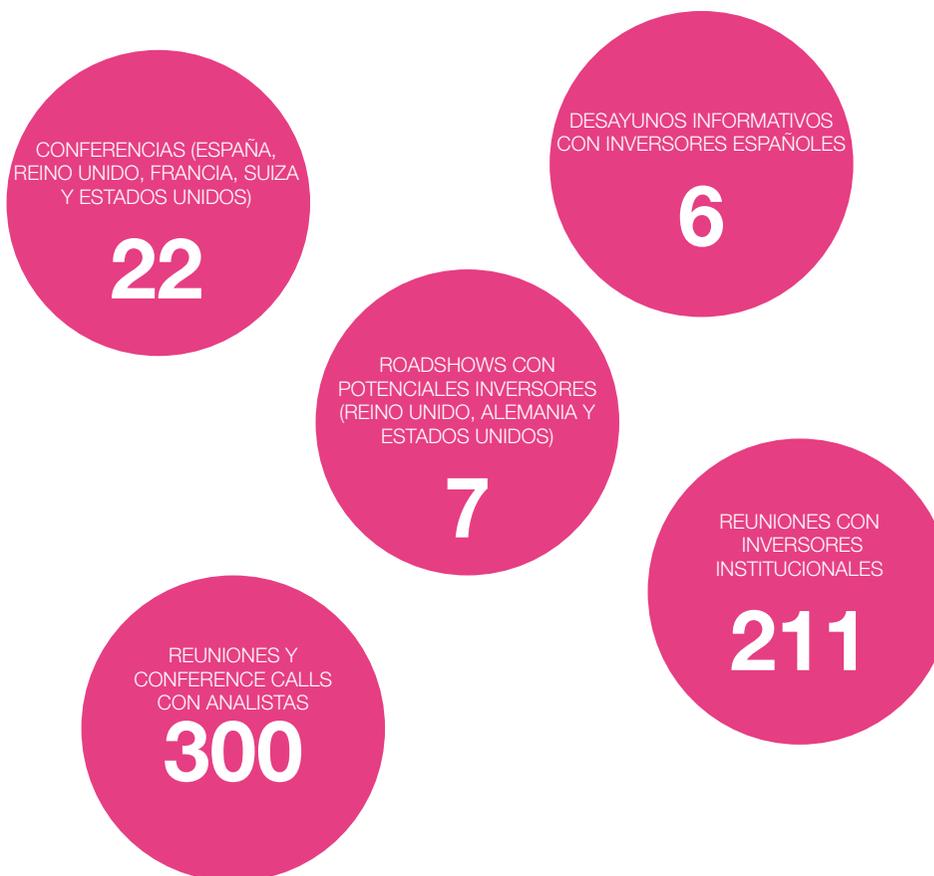
Además, ha organizado 6 desayunos informativos con inversores españoles y ha efectuado 7 roadshows con potenciales inversores en Europa: Reino Unido (Londres y Dublín), Alemania (Frankfurt) así como en Estados Unidos (New York, Boston y Chicago).

Durante el ejercicio se han celebrado 211 reuniones con inversores institucionales, tanto presenciales como a través de conference calls, que han permitido mantener un contacto directo con más de 550 compañías de inversión.

A su vez, se han realizado unas 300 reuniones y conference calls con los analistas de los diferentes brokers que cubren la compañía con los cuales se han intercambiado unos 5.000 correos en el año.

Por otra parte, la compañía ha procedido a renovar completamente su web (<http://www.mediaset.es/inversores/es/>), transformándose en una web responsive, es decir, que se adapta automáticamente al formato de los dispositivos a través de los cuales los usuarios accedan a la misma, con el objetivo de facilitar y mejorar la experiencia de acceso a la información de la compañía. Paralelamente, a lo largo del año se ha mantenido constantemente actualizada la información publicada en la web, destacando con apartados específicos la información considerada más relevantes para los accionistas e inversores, así como se ha procurado ampliar el abanico de servicios e información ofrecido al gran público.

En cuanto a la atención que Mediaset España ofrece a sus accionistas, es destacable que, tanto las llamadas telefónicas como la comunicación vía email, se han mantenido como vías de comunicación continua con dicho colectivo durante todo el año. En términos cuantitativos, se ha recibido un promedio de 100 correos electrónicos mensuales, así como un centenar de llamadas telefónicas, que han sido atendidos por la Oficina del Accionista. La mayoría de las preguntas formuladas han estado relacionadas con el pago de dividendos, la celebración de la junta de accionistas y la cotización de la compañía.



## Principales preguntas planteadas por los inversores

### ¿Cuál es la evolución del mercado en 2017 y por qué la evolución en el segundo trimestre ha sido negativa?

Hasta finales de septiembre el mercado publicitario TV ha crecido un 0,8% y la TV ha mantenido su peso entre los medios publicitarios convencionales. La evolución del primer semestre ha sorprendido por haber sido inferior a lo esperado (+0,1%); el primer trimestre creció un +4% mientras que el segundo se cerró con un retroceso del -3%.

Toda la caída del segundo trimestre de 2017 se concentró en el mes de abril, mientras que mayo y junio fueron positivos, aunque menos de lo esperado; la sorpresa se produjo principalmente en junio donde, a pesar de la Eurocopa, la comparativa era "fácil". La explicación de la evolución negativa del segundo trimestre se concentra en dos sectores que representan más del 15% de la inversión en televisión como son el de Salud y Belleza; también ha contribuido la fuerte caída del sector de las telecomunicaciones.

### ¿Hay un problema estructural que pueda explicar la razón por la cual el mercado publicitario en 2017 crezca a un ritmo inferior de la economía española?

Es cierto que tomando en consideración la sólida evolución de la economía española, el mercado publicitario TV en 2017 debería haber crecido más. Es cierto que la caída de mercado en el segundo trimestre fue totalmente inesperada, pero consideramos que se trata de un caso aislado, y que el mercado retorna a una senda positiva en los últimos dos trimestres del año.

La correlación entre economía y mercado publicitario nunca ha sido lineal y no es un ratio sobre el que se puedan establecer conclusiones en base al análisis de datos de periodos cortos. Un trimestre, incluso un año, de medición puede distorsionar la percepción de la realidad. Sería más correcto tomar datos de largo plazo. Por ejemplo, calculando la tasa anual compuesta de crecimiento (CAGR) del mercado publicitario entre el 4º trimestre 2013 y el 4º trimestre 2017 (estimado), la evolución ha sido un +6%; un dato muy superior al del crecimiento de la economía Española en el mismo período.

La correlación entre economía y mercado publicitario se conserva en buena salud, lo que estamos viendo en el corto plazo no es más que una evolución cíclica, típica del sector en el que Mediaset España opera.

### ¿Cuál es la política de precios publicitarios de la compañía en 2017?

En un mercado donde la casi totalidad de los espacios publicitarios de los operadores TV están vendidos, el crecimiento viene por precios. Rozamos la plena ocupación y casi no hay espacios disponibles, así que la variable precios es la que determina el crecimiento de mercado. Para el año 2017, excluyendo el impacto de la Eurocopa 2016, nuestro objetivo es incrementar los precios entre +4% y +6%, aunque obviamente el incremento final dependerá del crecimiento de mercado. Además nos hemos fijado el objetivo de reducir el diferencial de precios que tenemos con nuestro principal competidor, por lo que esperamos incrementar nuestros precios por encima del promedio de mercado.

### ¿Qué previsiones tiene la compañía sobre su cuota de mercado en 2017?

En 2016 la compañía terminó, un año más, como líder de inversión. En el cuarto trimestre de 2016 nuestro resultado fue ligeramente inferior al esperado. No obstante, conseguimos cerrar el año con una cuota de 43,3% (respecto del 42,1% de nuestro principal competidor). En dicho resultado tiene incidencia también el resultado de la Eurocopa, que supuso 0.6 puntos de cuota de inversión.

Para el año 2017 nuestro objetivo es repetir el liderazgo en ingresos. Para ello, debemos de tener una cuota de inversión total año por encima del 43%, nivel que garantiza el liderazgo. Eso significa repetir la cuota de 2016 sin contar con el impacto de un gran evento deportivo, lo que supone que debemos de compensar ese 0,6 que supuso la Eurocopa, y con nuestro competidor emitiendo la Champions League. Es un objetivo ambicioso pero indiscutiblemente a nuestro alcance.

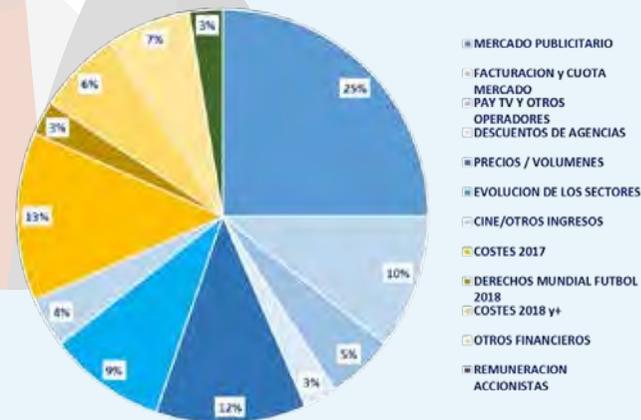
### ¿Qué nivel de costes tendrá la compañía en 2017 y 2018?

En 2017 hemos conseguido mantener el liderazgo en audiencias y en cuota de mercado publicitario, este último con un incremento de la ventaja con el segundo operador, y esto sin contar con la retrasmisión de grandes eventos deportivos.

La guidance de costes a principios de año fue de €770 millones, lo que suponía un ligero incremento de costes comparado con el año anterior, justificado por el lanzamiento del nuevo canal BeMad y por las inversiones del grupo en el entorno digital, además de un normal impacto de la inflación. Tras la débil evolución del mercado publicitario en el segundo trimestre, el Grupo alcanzó unos ahorros que se consiguieron capitalizar, de manera que la guidance definitiva de costes para el año 2017 se rebajó a €750 millones.

Respecto de los costes de 2018, daremos una guidance, con un número concreto, cuando el Consejo de Administración apruebe los presupuestos anuales. A título preliminar podemos adelantar que se esperan unos costes recurrentes en línea con los del año anterior, a los que se añade la inversión por los derechos del Mundial de fútbol de Rusia de 2018.

### Tipología de preguntas de los inversores



# DESEMPEÑO ECONÓMICO-FINANCIERO

A continuación se presentan las principales magnitudes económico-financieras del Grupo Mediaset España, si bien toda la información económico-financiera se encuentra debidamente detallada en las Cuentas Anuales Consolidadas e Individuales de los períodos correspondientes.

## Estados de situación financiera consolidada (miles de euros)

	2015	2016	2017
Activo Corriente	469.285	436.931	408.225
Activo No Corriente	916.860	865.772	826.771
<b>Total Activo</b>	<b>1.386.145</b>	<b>1.302.703</b>	<b>1.234.996</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Patrimonio Neto	1.069.903	983.291	900.077
Pasivo Corriente	289.836	284.756	302.482
Pasivo No Corriente	26.406	34.656	32.437
<b>Total Pasivo</b>	<b>1.386.145</b>	<b>1.302.703</b>	<b>1.234.996</b>

## Resumen de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada (miles de euros)

	2015	2016	2017
Total ingresos netos de explotación	971.931	991.983	996.257
Costes operativos	766.747	767.548	750.917
Resultado operativo	205.184	224.435	245.340
Resultado antes de impuestos y minoritarios	219.140	225.815	247.408
<b>Resultado neto grupo<sup>1</sup></b>	<b>166.167</b>	<b>170.997</b>	<b>197.496</b>

<sup>1</sup> Atribuible a los accionistas de la sociedad dominante

## Ingresos y gastos de explotación (miles de euros)

Ingresos	2015	2016	2017
<b>Ingresos publicitarios del Grupo</b>	<b>897.973</b>	<b>926.916</b>	<b>928.695</b>
Otros Ingresos publicitarios	3.815	2.515	3.182
Prestación de servicios	48.824	47.578	47.368
Otros	7.279	8.029	6.404
Otros Ingresos de explotación	14.040	6.945	10.608
<b>Total</b>	<b>971.931</b>	<b>991.983</b>	<b>996.257</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Gastos de explotación</b>	<b>(4.832)</b>	<b>(164)</b>	<b>692</b>
Reducción de productos terminados y en curso	(4.832)	(164)	692
Aprovisionamientos	236.276	240.917	229.660
Gastos de personal	105.041	105.872	105.646
Consumo de derechos audiovisuales	205.156	205.455	186.849
Dotaciones amortización	17.099	17.924	18.659
Variación provisión circulante	388	(5.999)	(1.748)
Otros gastos	207.619	203.543	211.159
<b>Total gastos de explotación</b>	<b>766.747</b>	<b>767.548</b>	<b>750.917</b>

## Valor económico generado y distribuido (miles de euros)

	2015	2016	2017
Valor económico generado	971.931	991.983	996.257
Valor económico distribuido			
a. Costes operativos	766.747	767.548	750.917
b. Impuestos y minoritarios	52.974	54.818	49.912
c. Donaciones e inversiones en la comunidad <sup>1</sup>	25.800	10.656	13.447
Total valor económico distribuido	845.521	833.022	814.276
Valor económico retenido <sup>2</sup>	126.410	158.961	181.981

<sup>1</sup> Corresponde a donaciones realizadas a entidades no gubernamentales y a los espacios publicitarios cedidos a ONGs.

<sup>2</sup> Valor económico retenido=valor económico generado-valor económico distribuido



Para más información, consultar la web corporativa

# TRANSPARENCIA FISCAL

## LA CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA DEL GRUPO MEDIASET ESPAÑA EN EL EJERCICIO 2017 HA ASCENDIDO A MÁS DE 193 MILLONES DE EUROS.

Como ya se indicó en la Memoria correspondiente al ejercicio 2016, durante el mismo el Grupo fue objeto de actuaciones de comprobación fiscal por parte de la Delegación Central de Grandes Contribuyentes de la Agencia Tributaria en relación con los ejercicios 2011 a 2014 (IVA, Sociedades, IRPF y No Residentes). El resultado de dicha revisión fue realmente satisfactorio dado que, teniendo en cuenta el volumen de negocio del Grupo durante los años revisados, así como el importe de los impuestos devengados, las Actas levantadas, y firmadas en conformidad, lo fueron por un importe realmente insignificante en términos relativos, 1,1 millones de euros.

El resultado de dichas actuaciones inspectoras pone de manifiesto el respeto escrupuloso de la normativa fiscal por parte de la Compañía, acompañando su actuación al no poco cambiante escenario normativo. Poniéndose de manifiesto, además, la calidad de la información y documentación generada, que permitieron que las precitadas actuaciones de comprobación se completaran en un período realmente reducido.

La actividad del Grupo Mediaset fuera de España se concentra, casi exclusivamente, en la sociedad "Netsonic S.L.", una sociedad domiciliada en España que cuenta con filiales en México, Colombia, EEUU y Perú. La actividad de esta sociedad consiste en la venta de publicidad programática en medios de comunicación digitales radicados en los países citados.

Aparte de ésta, el Grupo tiene una participación accionarial en "Pegaso TV" que, a su vez, y a través de la sociedad CaribeVisión, participa en un negocio de televisión en abierto radicado en Miami. Cabe resaltar que, en este caso, se trata de una participación accionarial minoritaria en una sociedad de la que no se posee el control de la gestión, cuyos resultados se recogen en los estados financieros del Grupo a través del método de participación.

A partir del 1 de julio de 2017, debido a los cambios introducidos en el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido por el R.D. 596/2016 de 2 de diciembre para la modernización, mejora e impulso del uso de medios electrónicos en la gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), se pasó a un nuevo sistema de llevanza de los libros registro del IVA que se realiza a través de la Sede electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) y que se denomina Suministro Inmediato de Información (SII). Aunque este sistema se implantó el 1 de julio de 2017, se imponía a los sujetos pasivos tener cargado en dicho sistema el primer semestre de 2017 antes del 30 de diciembre de dicho año; objetivo que Mediaset España cumplimentó a 31 de septiembre de 2017. Las sociedades del Grupo Mediaset España obligadas a entrar en el SII fueron Mediaset España Comunicación, Telecinco Cinema, Publiespaña, Mediacinco Cartera (todas estas por estar en consolidación de IVA), Publimedia Gestión y Conecta 5 (estas dos últimas por su consideración de gran empresa).

El equipo gestor ha decidido que, para el ejercicio 2018, entren también en el sistema, de forma voluntaria, el resto de sociedades sujetos pasivos del impuesto; Advertisement 4 Adventure, Sogecable, Grupo Editorial y Netsonic.



### Impuestos pagados por el Grupo Mediaset España (miles de euros)

	<b>2017</b>
Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	764
Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)	330
Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	102
IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario	2.987
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	95.164
Impuesto sobre la Renta de No Residentes	13.515
IRPF Rendimientos Procedentes de Arrendamientos	10
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	23.885
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios (País Vasco)	63
Pagos Fraccionados Impuesto sobre Sociedades	40.023
Impuesto sobre Sociedades	(8.549)
Tasa Residuos Sólidos Urbanos	44
Tasa Entrada Vehículos (Vados)	12
Aportación Financiación RTVE	24.449
Tasa CNMV	51
Impuesto y Tasa Administrativa sobre el Juego	881
<b>TOTAL</b>	<b>193.730</b>

IMPUESTOS SOPORTADOS  
(miles de euros)

**58.107 €**

30%

IMPUESTOS  
RECAUDADOS  
(miles de euros)

**135.623 €**

70%

CONTRIBUCIÓN  
TRIBUTARIA  
TOTAL EN ESPAÑA EL  
EJERCICIO 2017  
(miles de euros)

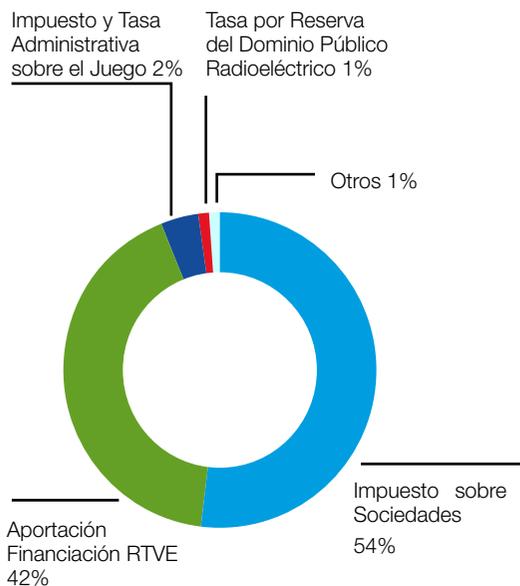
**€ 193.730**

Nota (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); Impuesto sobre Sociedades; Tasa Residuos Sólidos Urbanos; Tasa Entrada Vehículos (Vados); Aportación Financiación RTVE; Tasa CNMV; Impuesto y Tasa Administrativa sobre el Juego.

Nota (2) **Impuestos recaudados**: IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario; Impuesto sobre la Renta de No Residentes; IRPF Rendimientos procedentes

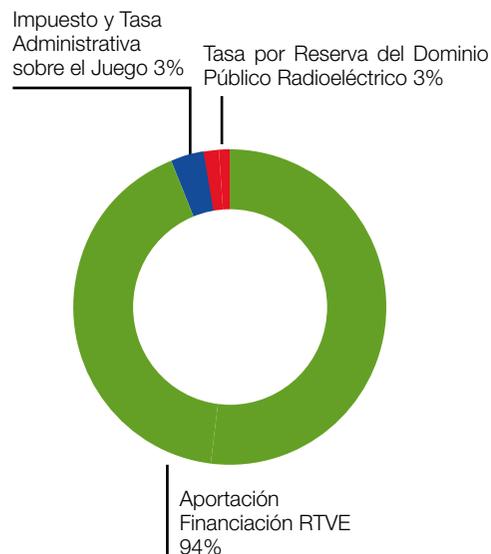
## Impuestos soportados Grupo Mediaset España 2017

Los impuestos soportados por el Grupo Mediaset España en 2017 han superado los 58 millones de euros, donde el 54% ha correspondido al Impuesto sobre Sociedades y el 42% a la Aportación a la Financiación de Radio y Televisión Española (RTVE).



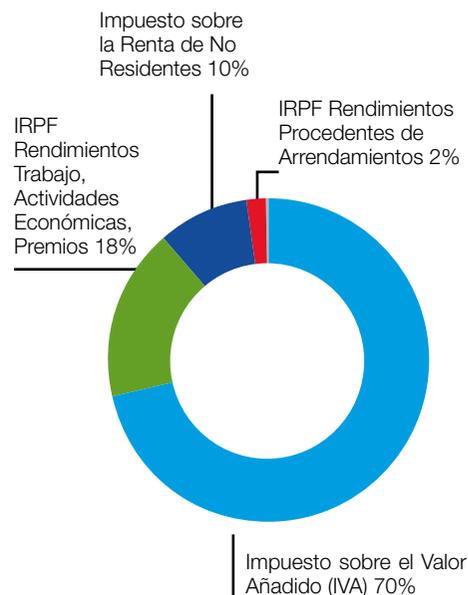
## Impuestos/ tasas específicas de la actividad de negocio

Las tasas o impuestos de actividades específicas soportadas en 2017 han superado los 26 millones de euros, donde el 94% ha correspondido a la aportación a la financiación de RTVE.



## Impuestos recaudados

Los impuestos recaudados por el Grupo Mediaset España durante el ejercicio 2017 han superado los 135 millones de euros, donde el 70% de la contribución tributaria ha correspondido al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y casi el 18% al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por Rendimientos del Trabajo, Actividades Económicas y Premios.



## Contribución tributaria del Grupo Mediaset España respecto de la cifra de negocios 2017

El 20% de la cifra de negocio del Grupo Mediaset España se destina al pago de impuestos, de los cuales el 6% corresponde a los impuestos soportados y un 14% a impuestos recaudados.

## Ratio de Contribución Tributaria Total 2017

En el ejercicio 2017, el ratio de Contribución Tributaria Total del Grupo Mediaset España en España ha ascendido al 23%. Es decir, del total de beneficio consolidado antes de impuestos, los impuestos soportados representan el 23%.

## Contribución tributaria fuera de territorio español

La contribución tributaria del Grupo Mediaset España fuera de territorio español se circunscribe a las retenciones del Impuesto sobre la renta de no residentes (Mediaset España, Telecinco Cinema y Netsonic) y de la tributación en cada país de las filiales del Grupo Netsonic. (1)

La contribución de las sociedades de este Grupo en los países donde operan están, en su gran mayoría, relacionadas con el volumen de operaciones corrientes a través de impuestos indirectos tales como el IVA. La reciente creación de las empresas que componen este Grupo hace que sus aportaciones por concepto de Impuesto de Sociedades o Impuesto sobre Beneficios sean muy reducidas.

(1) Nota: Grupo Netsonic compuesto por las filiales en México, Colombia, EE.UU y Perú.

## Subvenciones recibidas (miles de euros)

AYUDAS RECIBIDAS POR PARTE DEL INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES, PARA LA ACTIVIDAD DE COPRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA<sup>1</sup>

600

OTRAS AYUDAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS

0

AYUDAS RECIBIDAS DE FUENTES NO GUBERNAMENTALES<sup>2</sup>

14

(1) Corresponde a las subvenciones recibidas por Telecinco Cinema, en el marco de las ayudas para la amortización de películas cinematográficas de largometraje.

(2) Corresponde a la subvención recibida de Fundación Biodiversidad, en el marco de la Convocatoria de Concesión de Ayudas para el Fomento de la Información Ambiental.

## Conciliación entre Resultado del ejercicio antes de impuestos e Impuesto sobre Sociedades (miles de euros)

	2017		2017
Resultado Consolidado Contable antes de Impuestos	247.408	Base imponible	228.069
Variaciones Perímetro de Consolidación	59	Cuota íntegra (25%)	57.017
Diferencias permanentes	1.611	Compensación bases imponibles negativas	(14.254)
Diferencias temporarias	(21.009)	Deducciones y bonificaciones	(11.284)
<b>Base imponibles (resultado fiscal)</b>	<b>228.069</b>	Retenciones	(40.028)
		<b>Impuesto sobre Sociedades a devolver</b>	<b>(8.549)</b>

Nota: la tasa impositiva efectiva difiere de la tasa impositiva nominal debido a las deducciones por producción audiovisual.

## Bases imponibles negativas (miles de euros)

CONECTA 5

6.703

MEDIACINCO CARTERA

149.425

NETSONIC

1.167

## Otros datos de interés

PORCENTAJE QUE REPRESENTAN LAS COMPRAS INTRAGRUPRO RESPECTO DEL TOTAL DE COMPRAS

21,29%

PORCENTAJE DE DEUDA INTRAGRUPRO RESPECTO DEL ENDEUDAMIENTO TOTAL

0

COSTE FINANCIERO DE LA DEUDA

0

COSTE FINANCIERO DE LA DEUDA INTRAGRUPRO

0

ENDEUDAMIENTO EXTERNO TOTAL

0

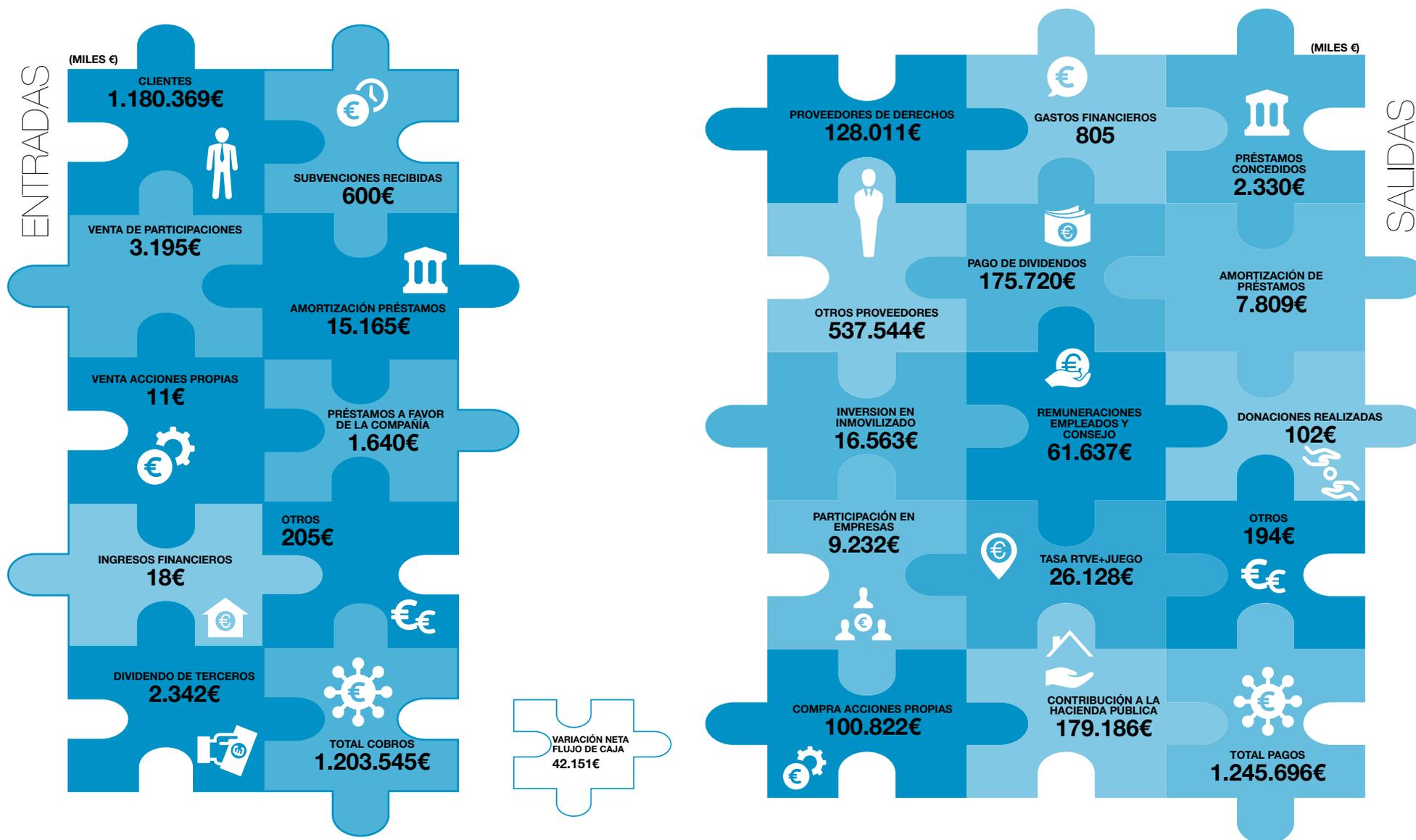
EXENCIONES FISCALES CONCEDIDAS (miles de euros)<sup>1</sup>

71.001

(1) Las únicas exenciones fiscales corresponden a la exención a los dividendos, de acuerdo a la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

# CASH FLOW SOCIAL

A través del siguiente cash flow social, 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 la compañía.



Nota: el criterio utilizado para el cash flow social ha sido el de movimiento de caja durante el año 2017, según clasificación expuesta, que difiere del criterio utilizado en la información contable. A su vez, no se han considerado las cuentas intragrupo, ni tampoco se ha tenido en cuenta la contribución de la compañía a través de la **cesión gratuita de espacios publicitarios** para causas sociales, que en 2017 se valoraron en **13.340.773€**, puesto que los mismos no supusieron un movimiento de caja.

# VALOR PARA LA SOCIEDAD

PARA ABORDAR TODAS SUS CAMPAÑAS, 12 MESES HA CONTADO Y CUENTA CON UNA EXHAUSTIVA LABOR DOCUMENTAL, IDENTIFICANDO EN PRIMERA INSTANCIA LOS PUNTOS CRÍTICOS QUE NECESITAN SER TRATADOS.

## 12 Meses, 18 años como referente de acción social en los medios de comunicación

Detectar y atender las necesidades de la sociedad poniendo el foco sobre las formas de colaborar ha sido una vez más el empeño de 12 Meses, iniciativa de acción social de Mediaset España que en 2017 ha cumplido 18 años de trabajo en el ámbito de la información, la concienciación y la llamada positiva a la acción.

Durante 2017, 12 Meses ha iniciado su particular lucha contra el acoso escolar a través de la campaña 'Se buscan Valientes' en la que el protagonismo se ha centrado, por primera vez en una iniciativa de estas características, en el testigo. Paralelamente, ha continuado la alianza que mantiene desde el año 2012 junto a la Organización Nacional de Trasplantes para dar difusión a la donación de órganos a través de 'Eres perfecto para otros'. Y ha sido pionera en poner foco de manera conjunta en la detección precoz del cáncer de mama y de próstata con su iniciativa 'MinimalMama & MinimalPapa'.

En este año, 12 Meses ha prestado su apoyo también a otras organizaciones de corte social a través de diferentes iniciativas como el estreno, junto al Comité Español de ACNUR, del documental 'La Niña Bonita', que pone foco en la crisis de refugiados de Siria; o al Madwomen Fest, en el que han participado numerosos rostros del ámbito cultural contra la violencia de género. 2017 también ha sido el año de la firma del acuerdo con el Comité de Emergencia por el que Mediaset España ha establecido una alianza con seis de las grandes ONG que trabajan cuando se declara una situación de emergencia humanitaria internacional para realizar un llamamiento a la audiencia desde una única voz. Además, en su empeño por convertirse en altavoz de las causas sociales, este año ha contribuido a dar difusión a la acción desarrollada por

la Fundación Querer que persigue la creación de un centro educativo para niños con enfermedades neurológicas.

Para abordar todas sus campañas, 12 Meses ha contado y cuenta con una exhaustiva labor documental, identificando en primera instancia los puntos críticos que necesitan ser tratados, los partners adecuados para llevar a cabo el desarrollo de las campañas, la forma de enfocar el mensaje a sus espectadores para lograr su máxima adhesión y el llamamiento a la acción a través de distintas iniciativas en sus informativos, programas de producción propia, webs y redes sociales.

Junto a su labor como creadora de contenidos, 12 Meses ha llevado a cabo una gran promoción de sus objetivos para dar publicidad y notoriedad a cada una de sus iniciativas de publicidad social, logrando nuevamente ser el referente de iniciativas de acción social en los medios de comunicación con su equipo artífice, la Dirección de Comunicación y Relaciones Externas de Mediaset España, y la complicidad de toda la compañía, que un año más ha puesto al servicio de cada una de las causas no sólo su antena y sus contenidos, sino su espacio publicitario, con la emisión de 4.186 grps a través del pase de los diferentes spots, lo que se traduce en un valor económico de más de 7,6 millones de euros.



## SE BUSCAN VALIENTES

2.464

PASES

15.000.000

DE VISUALIZACIONES

[www.sebuscanvalientes.com](http://www.sebuscanvalientes.com)

8

GALARDONES

## Se buscan valientes' contra el acoso escolar, la campaña de más alcance y más viral de 12 Meses

Luchar contra el acoso escolar fue en 2017 uno de los principales objetivos de concienciación social de Mediaset España y de 12 Meses. Con este fin, 12 Meses inició su 18º año de andadura con el lanzamiento de 'Se buscan valientes', campaña destinada a erradicar este problema con los últimos avances y protocolos de actuación, fundamentados en la implicación de los observadores del conflicto. Dirigida a niños y jóvenes y protagonizada por Juan Manuel Montilla 'El Langui', 'Se buscan valientes' se ha convertido en la campaña de más éxito y más viral de todas las emprendidas por 12 Meses. Hasta la fecha, el rap interpretado por 'El Langui', convertido ya en un himno contra el bullying, ha registrado más de 15 millones de visualizaciones en internet y la campaña, en su totalidad, ha obtenido ocho galardones: el Premio Internet a la Mejor Publicidad On Line de Acción Social, el Gran Premio del Festival de Comunicación Infantil El Chupete en la categoría de Cine y Televisión, certamen en el que también consiguió otros tres galardones en las categorías de Otros Soportes (Música), Página Web y Medios de comunicación, Mención Especial en los Premios Solidarios del Seguro 2017 y el Premio Magisterio 2017 concedido por su contribución al desarrollo educativo.

La campaña 'Se buscan valientes' se vertebró en torno al rap 'Se buscan valientes', que con un lenguaje desenfadado expone las actitudes y los recursos con los que encarar las situaciones de abuso, y contó, además, con cinco spots institucionales, emitidos en todos los canales de Mediaset España, además de la difusión y apoyo de todos los programas de producción propia y las redes sociales corporativas. La web [Sebuscanvalientes.com](http://Sebuscanvalientes.com) ha sido también el gran soporte de esta iniciativa, que ha llegado tanto a los centros educativos españoles como a otros organismos e instituciones como la Policía Nacional, la Guardia Civil, Save The Children o la Fundación Anaya, entre otros, que con su apoyo desinteresado han contribuido a la difusión de sus principales argumentos. La web conforma un espacio de trabajo online que informa sobre la realidad del acoso escolar, da pautas para su detección y erradicación y ofrece información de utilidad ante casos concretos.

El site también ofrece información institucional de la campaña, como el rap, disponible para descargar y compartir en las redes sociales, así como los spots emitidos en todos los canales de Mediaset España y otros datos de interés, entre ellos el número habilitado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (900 018 018) para dar a conocer situaciones de acoso, así como el contacto de la Fundación Anar de Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo. En este espacio de trabajo virtual también se ofrecen pautas de actuación para alumnos, padres y profesores y una serie de herramientas para luchar contra el acoso escolar.



## ERES PERFECTO PARA OTROS

698

SPOTS

PREMIO

ALCER NAVARRA

## 12 Meses celebra la vida con 'Eres perfecto para otros'

¡Celebra la vida! ¡Celebra las segundas oportunidades porque eres perfecto para otros! fue el nuevo claim con el que 12 Meses retomó durante 2017 la campaña 'Eres perfecto para otros', fruto de la alianza iniciada en 2012 junto a la Organización Nacional de Trasplantes (ONT) para fomentar la donación de órganos. Los presentadores Florentino Fernández y María Gómez fueron los prescriptores encargados de animar a la donación de órganos y de mostrar sus efectos positivos. El estreno de esta nueva campaña coincidió con la celebración en Málaga de la XXI Edición de los Juegos Mundiales de Deportistas Trasplantados a la que 12 Meses dio cobertura a través de su web, RR.SS y la antena de Mediaset España. Claro ejemplo de superación, la competición deportiva fue también el mejor exponente para mostrar que si en algunos casos las segundas partes no fueron buenas, en otros son un gran motivo de celebración.

## Minimalmama & Minimalpapa, una pareja concienciada en la prevención del cáncer de mama y cáncer de próstata

Útiles, necesarios, icónicos y divertidos. Así son Minimalmama & Minimalpapa, los protagonistas de la campaña para la detección precoz conjunta del cáncer de mama y próstata lanzada por 12 Meses a principios de noviembre en Internet y redes sociales y que, dada su excelente acogida, saltó a la antena de Mediaset España bajo el lema 'Queremos que te cuides'. La campaña contó con el asesoramiento de la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) y mostró con un lenguaje positivo y optimista diferentes aspectos de los dos tipos de cáncer más diagnosticados en nuestro país a hombres y mujeres.

## QUEREMOS QUE TE CUIDES

372

PASES

'Queremos que te cuides' incidió en cuatro aspectos básicos en la lucha contra el cáncer: diagnóstico precoz, factor hereditario, ejercicio físico y alimentación saludable. Cada uno de estos aspectos compone el concepto principal de los cuatro spots de los que constó la campaña, protagonizados por Minimalmama y Minimalpapa, una pareja de animación formada por un "hombre", ejemplificado en un bigote inspirado en la estética del movimiento 'Movember', y una "mujer", diseñada como una pequeña mama, que hablan en distintas situaciones cotidianas sobre la necesidad de las revisiones periódicas, la importancia del factor genético y la incorporación de hábitos saludables a sus respectivos estilos de vida. En un desarrollo 360°, la campaña también dio el salto a la calle con la Mostacho Run, carrera solidaria a beneficio de la AECC, que contó con la participación de Minimalpapa y Minimalmama como animadores de excepción.

## 'La niña bonita', un documental sobre el drama de los refugiados a través de dos vidas paralelas

Seis años después del comienzo del conflicto en Siria, más de cuatro millones de personas se han convertido en refugiadas, han abandonado sus casas y han buscado refugio en países vecinos como Libano, Jordania, Irak, Turquía y Egipto. No tienen esperanzas de volver a casa en un futuro próximo y tienen escasas oportunidades de reiniciar sus vidas en el exilio. En colaboración con el Comité Español de ACNUR, 12 Meses participó en la producción y difusión de 'La niña bonita', un documental sobre la crisis de los refugiados sirios a través de la historia de dos adolescentes marcadas por el éxodo de la guerra y la violencia. 'La niña bonita', primer trabajo en el género documental de la realizadora Julieta Cherep, parte de dos historias paralelas: la de la familia de Hala, una joven siria refugiada en el norte de Grecia, y la de la propia Julieta, cuya madre, la periodista Mirta Drago, directora de Comunicación y Relaciones Externas de Mediaset España, vivió en la década de los 70 junto a sus padres y hermanos el drama del desarraigo bajo las distintas dictaduras que asolaron Chile y Argentina.

'QUEREMOS QUE TE CUIDES' INCIDIÓ EN CUATRO ASPECTOS BÁSICOS EN LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER: DIAGNÓSTICO PRECOZ, FACTOR HEREDITARIO, EJERCICIO FÍSICO Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE.

## LA NIÑA BONITA

35.279

VISUALIZACIONES

[www.laniñabonitadocumental.com](http://www.laniñabonitadocumental.com)

'QUEREMOS QUE TE CUIDES' INCIDIÓ EN CUATRO ASPECTOS BÁSICOS EN LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER: DIAGNÓSTICO PRECOZ, FACTOR HEREDITARIO, EJERCICIO FÍSICO Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE.

## Alianza de Mediaset España con el Comité de Emergencia

'Juntos salvamos más vidas'. Así se define el Comité de Emergencia, suma de seis grandes ONG internacionales (Acción contra el Hambre, Acnur, Médicos del Mundo, Oxfam, Plan Internacional y World Vision) cuyo objetivo es conseguir ayuda de forma rápida y efectiva en situaciones de emergencias humanitarias. Como medio de comunicación, Mediaset España se ha convertido en el altavoz para amplificar el mensaje de ayuda urgente lanzado por estas ONG y así solicitar la solidaridad de los espectadores con el fin de generar recursos y paliar los efectos de la tragedia en el menor tiempo posible.

## Madwomenfest, artistas unidos contra la violencia de género

Fiel a su histórica lucha contra la violencia de género a través de campañas sociales de 12 Meses como 'Doy la cara' o 'Con la trata no hay trato', Mediaset España se suma como mediapartner al Madwomen Fest, primer evento internacional de la música y la cultura cuyo objetivo es sensibilizar a la sociedad a favor de la igualdad y contra la violencia de género. Promovido por la soprano y compositora española Pilar Jurado, Madwomen Fest contó con una amplia oferta de actividades culturales coronadas por la celebración de un concierto, celebrado el pasado 26 de octubre, que contó con importantes figuras de la música, como Sole Giménez, David Demaría, Soraya o Diego Martín. Por su parte, Ana Rosa Quintana, Javier Ruiz o Carme Chaparro fueron algunos de los rostros de Mediaset España que se sumaron a esta causa.

## La lucha contra las enfermedades raras a través de la Fundación Querer

Promover la investigación de las enfermedades raras ha sido otro de los objetivos de 12 Meses en 2017. Para lograrlo, se ha unido a la Fundación Querer, institución sin ánimo de lucro presidida por la periodista Pilar García de la Granja que día a día lucha por mejorar la vida de miles de niños que padecen este tipo de enfermedades. La Fundación ha iniciado el pasado año su proyecto más ambicioso: el cole de Celia y Pepe, una campaña que 12 Meses ha hecho suya poniendo el foco en la importancia de crear un centro especializado para la educación de niños con enfermedades neurológicas que les imposibilitan acudir a un centro escolar ordinario. Toda la campaña se alberga en la web de 12 Meses y ha contado con amplia difusión a través de las redes sociales.

LA LUCHA CONTRA LAS ENFERMEDADES RARAS

**448**  
PASES



# CUMPLIMIENTO DEL PACTO MUNDIAL



## DERECHOS HUMANOS

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión de Contenidos
- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión de Contenidos
- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores



## NORMAS LABORALES

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores



## MEDIO AMBIENTE

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Desempeño Ambiental

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Desempeño Ambiental

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Desempeño Ambiental



## ANTICORRUPCIÓN

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Sistema de Gestión de Riesgos



Pacto Mundial  
Red Española

# COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es la nueva agenda internacional que desgrena los objetivos de la comunidad internacional en el periodo 2016-2030 para erradicar la pobreza y favorecer un desarrollo sostenible e igualitario. Ha sido redactada en un proceso de consulta internacional coordinado por las Naciones que comenzó en 2012 y finalizó en septiembre de 2015 con su anuncio formal en la Asamblea de las Naciones Unidas y Unidas, en el que han participado e involucra a los estados, las empresas, organizaciones del tercer sector de todos los países del mundo y a todos sus ciudadanos.

Esta Agenda está compuesta por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus 169 metas para alcanzarlos, a través de los cuales se aborda de forma más comprensiva y equilibrada las tres dimensiones del desarrollo sostenible.



Configura así una agenda global para afrontar y poner solución a los problemas más acuciantes de nuestro planeta: lograr erradicar la pobreza, extender el acceso a los derechos humanos, lograr un desarrollo económico global sostenible y respetuoso con el planeta y los recursos que ofrece. Cada Gobierno debe definir su hoja de ruta referida a la Agenda 2030, en función de su realidad social, económica y medioambiental.



## Mediaset España y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

2030



Campañas de promoción de estilos de vida saludables entre la plantilla. Prevención de riesgos laborales. Red de Empresas Saludables. OHSAS 18.001 "Eres perfecto para otros", campaña de donación de órganos.

GRI G4 LA6; LA7; EN22; EN23; EN24; EN25

2030



Master Universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales. Acuerdos de colaboración con Universidades Públicas, Privadas y Escuelas de Negocio para la realización de prácticas de sus alumnos en las empresas del Grupo.

GRI G4 43; LA9; M7; EN25

2030



Convenios Colectivos, Planes de Igualdad, Beneficios sociales y medidas de conciliación.

GRI G4 38; 40; EC5; LA1; LA3; LA9; LA12; LA13; HR3



Convenios Colectivos, Beneficios sociales y medidas de conciliación. Diversidad e Igualdad de oportunidades. Plan de Formación. Prevención de riesgos laborales. Cash flow social. Gestión responsable del consumo de recursos naturales.

GRI G4 10; 11; EC1; EC5; EC6; EC8; LA1; LA2; LA3; LA4; LA5; LA6; LA7; LA8; LA9; LA10; LA11; LA12; LA13; HR3; HR4; HR5; HR6; SO9; SO10; EN1; EN2; EN3; EN4; EN5; EN6; EN7; EN10



2030



Gestión responsable del consumo de recursos naturales. Inversión para la eficiencia energética. Campañas de sensibilización ambiental internas y para la audiencia.

GRI G4 EC2; EN3; EN4; EN5; EN6; EN7; EN15; EN16; EN17; EN18; EN19; EN20; EN21; EN22; EN23; EN24; EN25; EN26; EN29



Transformación Digital en la emisión de contenidos y creación de espacios de contenidos digitales (mtmad)

GRI G4 EC7



Clúster de Cambio Climático. Responsable Media Forum. Pacto Mundial.

GRI G4 16; EC8

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

# DESEMPEÑO AMBIENTAL

MEDIASET ESPAÑA IMPULSA MEDIDAS QUE CONTRIBUYEN A GESTIONAR Y MINIMIZAR EL IMPACTO AMBIENTAL DE SU ACTIVIDAD, ASÍ COMO A LUCHAR CONTRA EL CALENTAMIENTO GLOBAL DEL PLANETA.

Si bien Mediaset España no desempeña actividades consideradas intensivas en el uso de recursos naturales o de impacto ambiental significativo, adquiere el compromiso de desempeñar su actividad de manera sostenible con el medio ambiente, impulsando medidas destinadas a minimizar su impacto ambiental. Todo ello, enmarcado en su política Medioambiental.

Por otra parte, la compañía aprovecha la capacidad de impacto de sus cadenas y plataformas de internet para difundir y concienciar a su audiencia sobre el cuidado del medio ambiente, ampliando de esta forma su compromiso más allá del desarrollo de su actividad. Esta importante labor se encuentra reflejada en el apartado “Entretenimiento, información y contenido social” de este informe.

En este contexto, en lo que respecta al desempeño interno de su actividad, la compañía trabaja año tras año por **reducir el consumo de recursos naturales y gestionar de forma responsable los residuos** que genera. Además, concienciada con la problemática del calentamiento global y el cambio climático, Mediaset España **calcula las emisiones de gases de efecto invernadero** derivadas de su actividad, con el firme propósito de lograr paulatinamente su reducción.

Las principales instalaciones de la compañía son las oficinas y estudios de Fuencarral y Villaviciosa, situadas en Madrid, donde se concentra más del 96% de la plantilla y se llevan a cabo las actividades con mayor intensidad en el uso de recursos naturales. En particular, las instalaciones de Fuencarral son las más representativas, con una afluencia diaria de aproximadamente 2.200 personas en 2017.

En cuanto a las producciones desarrolladas más allá de las instalaciones de Mediaset España, las productoras tienen en cuenta una serie de condiciones para garantizar que las mismas se llevan a cabo de una forma sostenible. Entre otros aspectos, la compañía procura que se traslade el menor número de personas posible, que se utilicen medios de transporte colectivo menos contaminantes y que se tomen las medidas necesarias para preservar los hábitats naturales y la biodiversidad donde se lleven a cabo las producciones.

## Economía circular

Desde 2009 se realiza anualmente un mercadillo con la ropa adquirida o en cesión para su utilización por parte de los presentadores en los programas de Mediaset España, o para su uso en series producidas por la compañía y que no tendrán más uso.



PRENDAS INVENTARIADAS EN 2017

2.369

PRENDAS VENDIDAS A LOS TRABAJADORES

1.662

PRENDAS ADQUIRIDAS POR LA EMPRESA ORGANIZADORA DEL MERCADILLO

172

PRENDAS DONADAS A CARITAS

535

## Producciones en entornos naturales

Durante 2017, se han llevado a cabo varios programas de producción propia en entornos naturales que han generado contenidos para distintos canales de Mediaset España. En todo momento se ha actuado con el mayor respeto al entorno y siguiendo no sólo la legislación aplicable, sino también las pautas y recomendaciones de las autoridades locales, así como las directrices de respeto medioambiental marcadas por Mediaset España.

Durante la cuarta temporada de **“Los Gipsy Kings”**, la producción viajó a diferentes países de diferentes continentes donde se desarrollaron diversas grabaciones para el contenido del formato. En estas localizaciones se actuó con un escrupuloso respeto por el medio ambiente y siguiendo las indicaciones de las autoridades locales. Se respetaron en todo momento los límites geográficos establecidos y se estableció un método de trabajo encaminado a no alterar el entorno.

Todas las grabaciones de **“Planeta Calleja”** se han realizado con un equipo pequeño y con máximo respeto a la biodiversidad, siguiendo minuciosamente las indicaciones de las autoridades locales. De forma particular destaca la inmersión de submarinismo llevada a cabo en Jordania, que se realizó siguiendo todos los protocolos de protección de la vida marina. Del mismo modo se procedió en Sudáfrica, donde el equipo buceó en una colonia de leones marinos y con tiburones.

Durante las grabaciones de **“Volando voy”** se cumplieron fielmente todos los requisitos exigidos para las mismas, respetando la normativa de cada parque o espacio protegido donde tuvieron lugar. El uso del helicóptero en estos espacios lleva asociado un protocolo de actuación con el que se evita invadir zonas donde haya animales anidando, así como volar por debajo de los límites marcados y en ningún momento se ingresa en zonas cerradas al tráfico aéreo.

Todas las acciones de **“Espíritu Salvaje”** se llevaron a cabo siguiendo las más estrictas normas dictadas por cada país en cuanto a los cuidados de parques naturales, reservas o zonas protegidas visitadas. Se contó con todos los permisos oficiales requeridos para su visita y grabación. Además, la familia viaja sola, sin grandes equipos sofisticados, y adaptándose a cada entorno.

Por último, el reality de aventura **Supervivientes** se lleva a cabo en Honduras desde el año 2006 y pretende la integración de los participantes con la naturaleza durante tres meses. En ninguna de las ediciones del concurso se ha producido impacto de destrucción ambiental, por la propia filosofía del programa, el compromiso de todos los miembros del equipo y concursantes en beneficio de la conservación del medio ambiente, así como el estricto cumplimiento de las leyes medioambientales. Todo esto otorga a Mediaset España la confianza por parte de las instituciones públicas para seguir realizando, año tras año, el concurso en los entornos naturales del país.

La edición del reality desarrollada en 2017 ha contado además con el dispositivo técnico más avanzado no sólo para garantizar la seguridad de los participantes y trabajadores del programa, sino también para controlar los impactos sobre el territorio en el que se desarrolla. En coordinación con el gobierno de Honduras, se ha desarrollado un plan de actuación sobre los posibles impactos en el entorno natural.

Durante el desarrollo del programa se orienta a los concursantes para que cumplan con las directrices para la protección y conservación del entorno natural, priorizando el empleo de artículos biodegradables. Los materiales que no lo son se retiran, y en ningún momento se realiza quema de residuos, así como tampoco se utilizan combustibles líquidos.

En su producción también se ha cumplido con la normativa de Diversidad Biológica para preservar las especies que cohabitan en las zonas naturales donde se ha llevado a cabo el programa, siempre en colaboración con la Institución de la Fundación de Honduras.

EN TODO MOMENTO SE HA ACTUADO CON EL MAYOR RESPETO AL ENTORNO Y SIGUIENDO NO SÓLO LA LEGISLACIÓN APLICABLE, SINO TAMBIÉN LAS PAUTAS Y RECOMENDACIONES DE LAS AUTORIDADES LOCALES, ASÍ COMO LAS DIRECTRICES DE RESPETO MEDIOAMBIENTAL MARCADAS POR MEDIASET ESPAÑA.

## Consumos



AGUA (M<sup>3</sup>) (1)

**28.662**

2016: 26.282  
2015: 29.858

**+9,06%**  
VS. 2016



ELECTRICIDAD (GJ) (1)

**63.919**

2016: 63.256  
2015: 62.711

**+1,05%**  
VS. 2016



GASÓLEO (GJ) (1)

**76**

2016: 79  
2015: 43

**-3,01%**  
VS. 2016



GAS NATURAL (GJ) (1)

**4.638**

2016: 4.527  
2015: 4.044

**+2,46%**  
VS. 2016



PAPEL (KG) (2)

**17.567**

2016: 19.075  
2015: 17.766

**-7,90%**  
VS. 2016



PILAS/BATERÍAS (KG) (1)

**2.247**

2016: 2.561  
2015: 2.757

**-12,26%**  
VS. 2016



TÓNERS (UNIDADES) (2)

**1.121**

2016: 941  
2015: 951

**+19,13%**  
VS. 2016



DISCOS (KG) (1)

**1.734**

2016: 1.325  
2015: 2.622

**+30,87%**  
VS. 2016

Leyenda: m<sup>3</sup>=metros cúbicos; GJ=Gigajulios; kg=kilogramos

(1) Corresponde a las sedes de Fuencarral y Villaviciosa en Madrid, donde se concentra el 96,23% de la plantilla y todas las actividades vinculadas a la producción audiovisual.

(2) Corresponde a todos los centros de trabajo en España.

## INTENSIDAD ENERGÉTICA 2017

# 2,6

GJ/HR GRABACIÓN

63.919 Consumo energético (electricidad)

24.308 hr. de grabación en estudios

LAS INVERSIONES REALIZADAS EN 2017 PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA COMPAÑÍA HAN SUPUESTO UN AHORRO ENERGÉTICO GLOBAL ESTIMADO DE 86 GJ.

Durante 2017 tuvo lugar una nueva **auditoría energética**, esta vez en las instalaciones de Mediaset España en Villaviciosa de Odón. Por otra parte, durante este año se han puesto en marcha -y algunas han finalizado- las medidas derivadas de la auditoría energética llevada a cabo en 2016, centradas principalmente en el ahorro energético en las instalaciones de la compañía y en la sensibilización de los trabajadores. En este sentido, se han realizado campañas durante el año para promover el ahorro energético y se han adoptado también medidas de afectación individual, como la incorporación de mejoras en la configuración del salvapantallas en el ordenador.

Mediaset España ha dado continuidad durante el año al **Plan de Gestión Optimizada de la Energía**, iniciado en años anteriores, dentro del marco de la mejora de la gestión y el control de costes. El principal consumo eléctrico de sus instalaciones corresponde a los equipos técnicos de estudios, incluyendo los equipos de grabación, emisión y postproducción, así como los equipos informáticos y climatización de salas informáticas. Debido a esto, el plan contempla entre otras medidas, la refrigeración equilibrada de sets de grabación, limitando para ello 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.

Por otra parte, dentro del **Plan de Renovación del Alumbrado** de las instalaciones, la compañía ha continuado la sustitución de luminarias y aparatos de iluminación por otros más eficientes y de menor consumo, principalmente pantallas LED, tanto en decorados como en oficinas. Además, en el marco del **Proyecto de sustitución de R22** también se han reemplazado 16 máquinas de climatización por otras de mejor rendimiento y menor consumo eléctrico que, a su vez, incorporan gases CFC más respetuosos con el medio ambiente.

A su vez, se ha ampliado la **instalación de láminas solares** en más de 41 m<sup>2</sup> de cristales de la fachada de distintas dependencias, como reflejo del compromiso por la eficiencia energética de la compañía y con el correspondiente impacto positivo de reducción en las demandas de refrigeración, habiéndose instalado desde 2016, 61,81 m<sup>2</sup>. Por otra parte, en la sede de Fuencarral se cuenta con 48 paneles solares instalados, los que producen una energía estimada de 38,5 kWh al año.

En cuanto al diseño de escenografías y decorados, en 2017 se ha continuado promoviendo la máxima reutilización de los decorados y la tendencia de diseñar la iluminación de los decorados utilizando luminarias LED.

En conjunto, las inversiones realizadas en 2017 para mejorar el impacto ambiental de la compañía, desde el punto de vista del equipamiento o las instalaciones, han supuesto un **ahorro energético estimado global de 86 GJ y un coste de más de 359.000€**. Todas las medidas establecidas para la contención y eficiencia de los consumos energéticos han resultado en unos ahorros importantes en términos de coste de los

## Campañas de sensibilización ambiental interna



## EL CONSUMO DE PAPEL SE HA VISTO REDUCIDO DURANTE EL EJERCICIO Y SE SITÚA POR DEBAJO DE LOS NIVELES REGISTRADOS EN EL ÚLTIMO QUINQUENIO.

consumos eléctricos y de gas natural, a pesar del ligero aumento en el cómputo global de éstos (1,05% y 2,46% respectivamente), debido al incremento de más del 4% en las horas de programación de todos los canales del Grupo y de casi un 12 % en las horas de actividad de los estudios de grabación en el año. Este incremento se ha producido en el marco de una mayor realización de programas en los estudios propios y utilizando los equipamientos punteros propios de la compañía.

El **consumo de gasóleo**, al igual que el año anterior, ha correspondido a su utilización en el arranque de máquinas en revisiones preventivas de mantenimiento y por tanto, su variación no puede estar supeditada a pautas de ahorros.

Por su parte, se ha producido un aumento en el **consumo de discos** con respecto a 2016, justificado por el incremento de horas de producción, manteniéndose sin embargo, la tendencia de reducción sostenida durante los últimos años.

La gestión de los discos se encuentra estipulada mediante procedimientos internos, apostándose por el fomento de la reutilización. Desde que se produjera la migración de BETACAM a XDCAM en 2008, se han dejado de utilizar cintas para utilizar el disco óptico. En Informativos, los discos de las grabaciones de los programas se reciclan cada 15 días y en lo que respecta a los operadores de cámara, cada uno tiene una dotación de 10 discos que debe salvaguardar y reutilizar, y sólo admiten cambio por motivo de fallo o rotura, siempre mediante entrega del disco en cuestión y previa revisión de la División. Excepcionalmente, se entregan discos a clientes que no tienen retorno.

Por su parte, en la grabación de los programas se utilizan discos para grabar los Máster y las Copias de Seguridad. Una vez que pasan a la Videoteca para su archivado en el Archivo Digital, estos discos se devuelven al Almacén Técnico para su formateado y reutilización. Si un programa necesita un número adicional de discos, éstos se entregan al inicio del programa y se devuelven al Almacén Técnico para su reciclado una vez deja de emitirse la temporada o el programa en cuestión.

En lo que respecta al intercambio de contenidos entre los distintos departamentos de la División de Antena, así como entre éstos y las productoras externas, la compañía continúa impulsando el uso de medios menos contaminantes para compartir y almacenar datos, tales

como los sitios web de almacenamiento o el uso de almacenamiento común en red, aplicando las medidas de seguridad establecidas para garantizar el adecuado cumplimiento de la legislación y normas internas vigentes.

Por su parte, el **consumo de papel** se ha visto reducido durante el ejercicio y se sitúa por debajo de los niveles registrados en el último quinquenio. Este dato refleja el compromiso de Mediaset España por el uso eficiente de los recursos naturales y la optimización del stock.

Por último, el **consumo de agua** se ha visto incrementado ligeramente durante 2017, debido fundamentalmente al incremento de la actividad en términos de horas de producción. A pesar de esto la tendencia se mantiene a la baja respecto a años anteriores. La compañía ha lanzado durante 2017 una campaña interna sobre el uso eficiente del agua, con el objetivo de concienciar sobre la necesidad de ser eficientes en el consumo de este recurso natural.

## Campaña del uso eficiente del agua

# Uso eficiente del agua

En el trabajo y en casa

**No utilices el WC como cubo de basura**  
Ahorrarás de 6 a 12 litros cada vez

**Cierra el grifo mientras te cepillas los dientes**  
Ahorrarás 12 litros al minuto

**Una gota por segundo se convierte en 30 litros al día**  
Aproximadamente el 10% del consumo medio diario

**Dúchate en vez de bañarte y cierra el grifo mientras te enjabonas**  
Ahorrarás una media de 150 litros cada vez

**Llena un recipiente mientras esperas a que salga agua caliente**  
Recogerás de 15 a 25 litros minuto

**Utiliza la lavadora y el lavavajillas cc carga máxima y programa adecuado**  
Consumes un 40% más de agua si lavas a r

TODA LA  
ELECTRICIDAD  
CONSUMIDA  
DURANTE EL  
AÑO PROVIENE  
EXCLUSIVAMENTE  
DE FUENTES 100%  
RENOVABLES

## Emisiones de gases contaminantes

En el marco de una gestión sostenible y del compromiso con la lucha contra el calentamiento global, Mediaset España identifica, mide y gestiona las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que genera con su actividad y establece las medidas de reducción apropiadas.

La compañía hace pública dicha información, demostrando su grado de concienciación y transparencia en este ámbito. Este compromiso de transparencia se refleja en el reporte anual de información que, desde 2009, conlleva la participación de Mediaset España en la iniciativa **Carbon Disclosure Project**, habiendo obtenido en 2017 la valoración B, valoración alcanzada por el 44% de las compañías con mejores resultados del sector.

### Inventario de emisiones GHG (en toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente)

#### Alcance 1: Emisiones directas

EQUIPOS PROPIOS O CONTROLADOS <sup>1</sup>	FLOTA DE VEHÍCULOS	CLIMATIZACIÓN Y RECARGAS GASES REFRIGERANTES <sup>10</sup>
<b>266,63</b>	<b>446,18</b>	<b>565,43</b>
2016: 260,61 2015: 230,76	2016: 584,15 2015: 581,95	2016: S/D 2015: S/D

**TOTAL: 1.278,24**

#### Alcance 2: Emisiones indirectas

ELECTRICIDAD <sup>2</sup>
<b>0,000</b>
2016: - 2015: 5.319,17

**TOTAL: 0,00000**

#### Alcance 3: Emisiones indirectas

VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE AÉREO <sup>3</sup>	VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE FERROVIARIO <sup>4</sup>	DESPLAZAMIENTOS DE PLANTILLA IN-ITINERE <sup>4,5,6</sup>	VIAJES DE NEGOCIOS- ESTANCIA EN HOTELES <sup>7</sup>	OTRAS EMISIONES (UPSTREAM) <sup>8</sup>	OTRAS EMISIONES (DOWNSTREAM) <sup>9</sup>
<b>400,06</b>	<b>25</b>	<b>1.335,16</b>	<b>587,62</b>	<b>104.786,68</b>	<b>75.820,2</b>
2016: 517,05 2015: 522,30	2016: 55,76 2015: 82,04	2016: 1.508,44 2015: 1.414,71	2016: 528,36 2015: S/D	2016: 174.553,28 2015: S/D	2016: 88.646,69 2015: S/D

**TOTAL: 182.955**

1) GHG emissions from stationary combustion- Calculation Tool (May 2015), Greenhouse Gas Protocol.

2) En 2017 toda la electricidad consumida fue generada por fuentes 100% renovables, de acuerdo con la garantía de origen de Iberdrola (primer semestre) y de Endesa (segundo semestre).

3) Datos proporcionados por las agencias de viaje con las que ha operado la compañía, utilizando la calculadora de emisiones de National Energy Foundation.

4) GHG emissions from transport or mobile sources- Calculation Tool (May 2015), Greenhouse Gas Protocol.

5) Ruta en autobús para empleados.

6) Desde 2016 incluye las emisiones asociadas a los desplazamientos en taxi.

7) Desde 2016 se estiman las emisiones asociadas a las estancias en hotelería.

8) Incluye las emisiones upstream más relevantes fuera de la organización, calculadas de acuerdo a las categorías de alcance 3 del GHG Protocol. Las principales emisiones en 2017 han correspondido a las emisiones asociadas a las actividades de compra de bienes y servicios.

9) Incluye las emisiones downstream más relevantes fuera de la organización, calculadas de acuerdo con las categorías de alcance 3 del GHG Protocol. Las principales emisiones en 2017 han sido las correspondientes al uso de los productos de Mediaset España y a las inversiones realizadas.

10) Desde 2017 se registran las emisiones asociadas al impacto ambiental generado por posibles fugas a la atmósfera, de gases refrigerantes.

## SOx

0,257

2015: 14,486  
2016: 0,256

## NOx

2,140

2015: 7,762  
2016: 0,455

## PARTÍCULAS

0,165

2015: 0,598  
2016: 0,015

## CO

7,101

2015: 2,885  
2016: 0,165

## COVNM

0,801

2015: 0,057  
2016: 0,013

Nota: Los datos de emisiones de NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire son los correspondientes a los consumos directos de energía (calderas), del combustible utilizado en los vehículos de flota y de la electricidad consumida.

En dicho reporte, Mediaset España informa detalladamente sobre las mediciones, compromisos y evolución de las medidas implantadas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Desde 2016, con el objetivo de conocer y gestionar mejor la totalidad de los impactos ambientales generados, Mediaset España amplió el cálculo de su huella de carbono, incorporando en las mediciones todas las categorías que componen el Alcance 3, e incluyendo por tanto las emisiones que se producen de forma indirecta en su cadena de valor.

Entre las medidas más relevantes para reducir las emisiones, cabe destacar que la compañía contrata energía eléctrica con certificado de Garantía de Origen por parte del proveedor, por medio del cual se avala que **toda la electricidad consumida durante el año proviene exclusivamente de fuentes 100% renovables**, que respetan el medio ambiente y evitan las emisiones de CO<sub>2</sub> y otros gases contaminantes.

A su vez, el Grupo ofrece a sus trabajadores en Madrid un servicio de autobuses que conecta las instalaciones de la compañía con estaciones de Cercanías y de Metro, en un amplio abanico horario, como forma de incentivar un mayor uso de los medios de transporte colectivos y contribuir de ese modo a limitar las emisiones atmosféricas de gases contaminantes derivadas del commuting.

INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO 2017

3

TN CO<sub>2</sub>/HR PROGRAMACIÓN184.233 Emisiones de CO<sub>2</sub>

61.320 Hrs. de programación



EN EL ÁMBITO DE LAS OFICINAS, DESPACHOS Y DEMÁS INSTALACIONES, SE DISPONE DE CONTENEDORES ESPECÍFICOS PARA EL DEPÓSITO DIFERENCIADO POR PARTE DE LOS TRABAJADORES. DE ESTE MODO SE SEGREGAN Y GESTIONAN POR SEPARADO, EL PAPEL LAS PILAS Y BATERÍAS, LAS CINTAS Y LOS ENVASES.

## Residuos

Mediaset España genera residuos en el transcurso normal de su actividad, tanto por las actividades de producción audiovisual como por la actividad de oficina o el comedor para sus empleados.

En 2017, todos los residuos generados se han gestionado adecuadamente, dando preferencia al reciclado en los casos en los que la normativa lo ha permitido. En cumplimiento de la normativa reguladora de residuos peligrosos y no peligrosos, la compañía entrega los residuos en condiciones adecuadas a un **gestor autorizado**, y dispone de un registro de seguimiento tanto de cantidad entregada como de gestión final de los residuos.

Los **residuos de aparatos eléctricos y electrónicos** se gestionan a través del almacén técnico. Todo el equipamiento técnico es adquirido

bajo normativa RoHS (Directiva 2002/95/CE, Restriction of Hazardous Substances Directive, traspuesta al ordenamiento español mediante el Real Decreto 208/2005), 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 por el proceso de renovación a consecuencia de la obsolescencia técnica prevista o sobrevenida.

La mayoría de los **residuos orgánicos** se generan en la zona de cafetería-comedor y es el personal de esta dependencia quien segrega los mismos según su destino (orgánicos, envases plásticos o vidrio).

En el ámbito de las oficinas, 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.

## Gestores por tipo de residuos



- EQUIPOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS  
-----  
RECYBERICA



- LÁMPARAS Y FLUORESCENTES UTILIZADOS  
-----  
ASOCIACIÓN AMBILAMP



- DECORADOS (HIERROS, ACERO Y VIDRIO QUE NO SERÁN REUTILIZADOS EN OTROS MONTAJES)  
-----  
ACICLA



- PAPEL, PILAS Y MEDIOS DIGITALES  
-----  
REISSWOLF  
ECO-SHREDDER



- RESIDUOS BIOSANITARIOS DEL SERVICIO MÉDICO  
-----  
SRCL CONSENSUR



- CARTUCHOS DE TÓNER,  
-----  
A TRAVÉS DEL PROVEEDOR SERVICIO DE IMPRESIÓN DE PAGO. TEICO

## Residuos generados



**45,59**

2016: 32,52  
2015: S/D

**+40%**  
VS. 2016



**448,2**

2016: 316  
2015: 486

**+42%**  
VS. 2016



**5.556**

2016: 15.159  
2015: 22.420

**-63%**  
VS. 2016



**734**

2016: 0  
2015: 93

**+100%**  
VS. 2016



**353**

2016: 369,1  
2015: S/D

**-4%**  
VS. 2016



**PAPEL (KG)**

**74.660**

2016: 90.200  
2015: 86.960

**-18%**  
VS. 2016



**PILAS/BATERÍAS (KG) (1)**

**1.790**

2016: 3.000  
2015: 2.200

**-40%**  
VS. 2016



**TÓNERS (UNIDADES) (2)**

**508**

2016: 475  
2015: S/D

**+7%**  
VS. 2016



**DISCOS (KG)**

**6.440**

2016: 11.010  
2015: 14.255

**+7%**  
VS. 2016



**ACERO Y HIERRO (KG)**

**8.155**

2016: 6.630  
2015: 0

**+23%**  
VS. 2016



**VIDRIOS (KG)**

**0**

2016: 800  
2015: 0

**-100%**  
VS. 2016

Alcance: Grupo Mediaset España, sedes de Fuencarral y Villaviciosa, que es donde se produce la mayor actividad del Grupo, excepto para la estimación de los RSU generados, que se ha tenido en cuenta a toda la plantilla del Grupo.

Las sedes situadas fuera de Madrid sólo tienen actividad de oficina y no se lleva un registro de los residuos de oficina generados, dada su escasa magnitud.

SD= sin dato

(1) Durante 2016 no se recogieron residuos de aceites, combustibles o pinturas. En 2017 sí se recogieron residuos de pintura provenientes de actividades de mantenimiento.

(2) A partir de 2016 se incorpora una estimación de los residuos sólidos urbanos generados por persona, teniendo en cuenta a toda la plantilla del Grupo y las actividades de restauración llevadas a cabo en la sede de Fuencarral.



Residuos peligrosos



Residuos no peligrosos



# ACERCA

## DE ESTE INFORME

MEDIASET *españa.*



# ACERCA DE ESTE INFORME

**CON ESTE INFORME SE PRETENDE INFORMAR SOBRE EL DESEMPEÑO ECONÓMICO, SOCIAL, ÉTICO Y AMBIENTAL DEL GRUPO MEDIASET ESPAÑA Y LA GESTIÓN INTEGRADA DE ESTOS ÁMBITOS EN SU MODELO DE NEGOCIO.**

## Alcance

Desde 2005 Mediaset España publica su Informe Anual Corporativo (anteriormente: Informe de Responsabilidad Corporativa), cuya verificación lleva a cabo, desde 2009, un auditor externo independiente. Con este Informe se pretende informar sobre el desempeño económico, social, ético y ambiental del Grupo Mediaset España y la gestión integrada de estos ámbitos en su modelo de negocio, durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017.

El alcance del presente Informe se circunscribe al Grupo Mediaset España por consolidación global (ver pág.14), haciéndose referencia a éste como Mediaset España o Grupo Mediaset España indistintamente. En el caso de que la información tuviese un alcance distinto del citado, se explica el mismo mediante nota aclaratoria.

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 de la manera más exacta posible, la información requerida.

Al igual que en ediciones anteriores, 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 de Mediaset España: <https://www.mediaset.es/inversores/es/>, disponible en castellano e inglés.

## Estándares Internacionales

El presente Informe Anual Corporativo ha sido elaborado siguiendo las directrices para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative, versión G4 y el suplemento sectorial para Medios.

De acuerdo con la autoevaluación realizada por Mediaset España y verificada externamente, el informe cubre los requisitos asociados a la opción exhaustiva “de conformidad” con la Guía G4, lo cual implica que sigue las directrices de la Guía GRI G4 para el reporte de todos los indicadores básicos generales, así como de los enfoques de gestión, los indicadores básicos específicos y los del suplemento sectorial media, asociados a los aspectos materiales identificados.

Dado que este Informe sirve a la compañía para dar respuesta a los requerimientos de información de diversas iniciativas a las cuales reporta, Mediaset España responde todos los indicadores GRI y no sólo los indicadores considerados materiales, detallándose dicha información en el Cuadro de Indicadores GRI.

A su vez, desde hace 4 años Mediaset España alinea su Informe a las recomendaciones del Marco Internacional de Reporting Integrado, del International Integrated Reporting Council (Marco <IR>) siendo pionera en el sector en adoptar dichas tendencias en materia de reporting. En 2017, a partir de la autoevaluación realizada, Mediaset España considera que su Informe sigue adecuadamente los requerimientos del Marco <IR> y por tanto, presenta de forma cohesionada y eficiente su creación de valor a lo largo del tiempo.

## Proceso de elaboración del Informe

Los contenidos del presente Informe han sido definidos a partir del análisis de materialidad llevado a cabo en el ejercicio 2017 y los requerimientos de información de las iniciativas a las que Mediaset España se adhiere. Al igual que en ediciones anteriores, el proceso ha sido coordinado por la Dirección General Corporativa y ha contado con la participación de las diversas áreas de la organización:

División de Antena, Dirección de Auditoría Interna, Dirección de Asesoría Jurídica, División de Cine y Adquisición Derechos, División de Comunicación y Relaciones Externas, División Económico-Financiera, División de Informativos, División de Desarrollo Corporativo, Dirección Multiplataforma, División de Producción Contenidos, División de RR.HH y Servicios, Dirección de Relaciones con Inversores, Dirección de Relaciones Institucionales, División de Tecnologías, así como la Dirección de Operaciones, Servicios y Ventas de Publiespaña.

## Análisis de materialidad

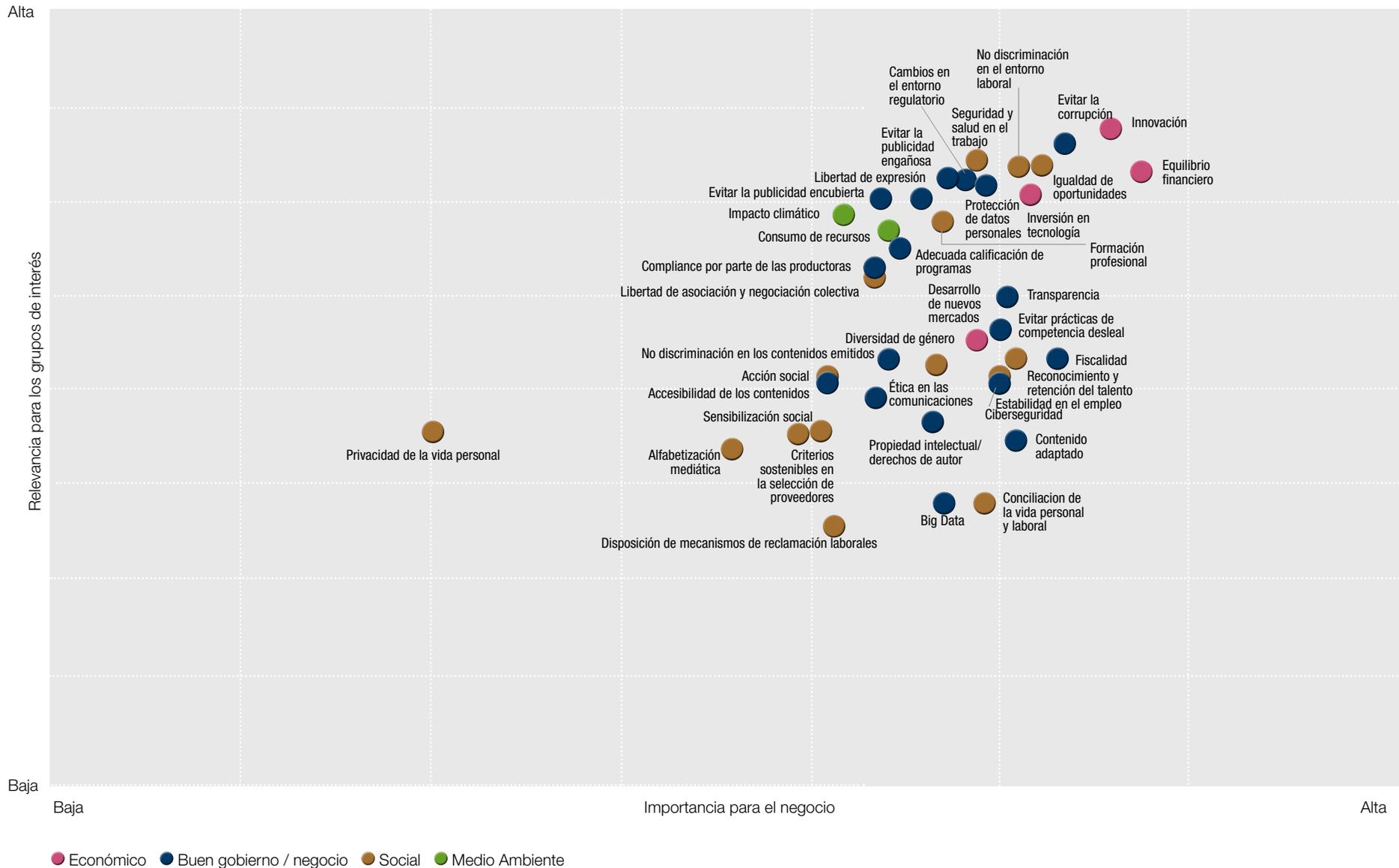
En 2017, la Dirección General Corporativa identificó un listado de asuntos relevantes a partir del análisis de la normativa vigente<sup>1</sup> y los asuntos relevantes identificados por los estándares de sostenibilidad, los grupos de trabajo sectoriales en los que participa y los temas relevantes para la sociedad española y la audiencia. Posteriormente, sometió dichos asuntos a la valoración de todos los directivos de la compañía, a efectos de valorar la influencia de los mismos en el desarrollo y éxito del negocio. Por otra parte, se incorporaron las valoraciones que inversores, analistas en sostenibilidad y competidores dan a los asuntos relevantes identificados.



El resultado de dichas valoraciones conjuntas ha dado lugar a la siguiente matriz de materialidad, que indica el grado de relevancia de los temas planteados tanto para los grupos de interés contemplados en el proceso de consulta, como para Mediaset España, desde una perspectiva de sostenibilidad y de negocio.

1. En noviembre de 2017 se ha aprobado la trasposición de la Directiva Europea sobre la divulgación de información no financiera y diversidad (Directiva 2014/95/UE), reflejado en el Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre.

# MATRIZ DE MATERIALIDAD



Tema relevante	Grupo de interés afectado	Cómo da respuesta el Grupo Mediaset España	Indicador GRI G4
1 Equilibrio financiero		Resultado Económico-financiero Fiscalidad	G4-9, EC1, EC2, EC3, EC4
2 Transparencia		Modelo de gobierno Modelo de negocio Acerca de este informe	G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, PR3, PR4, PR5
3 Inversión en tecnología		Principales indicadores de desempeño Otros indicadores de desempeño Contexto de negocio Ciberseguridad Desempeño ambiental	EC7, EC8
4 Innovación		Contexto de negocio Gestión de los contenidos en internet	EC1, EC2, EC3, EC4, EC7, EC8
5 Desarrollo de nuevos mercados		Contexto de negocio	G4-8
6 Ciberseguridad		Ciberseguridad	-
7 Propiedad intelectual/ derechos de autor		Gestión de contenidos	HR1, HR2, HR9, HR12
8 Cambios en el entorno regulatorio		Contexto de Negocio Sistema de Gestión de Riesgos Gestión de Contenidos Gestión de la Publicidad Participación en el desarrollo de Políticas Públicas Protección de Datos	G4-2, PR6, PR7, PR8, PR9, SO8, EN29
9 Fiscalidad		Transparencia Fiscal	EC1, EC2, EC3, EC4
10 Adecuada calificación de programas		Contexto de Negocio Gestión de Contenidos Códigos de Autoregulación y Guías del sector	M2, M3, PR1, PR2, PR3, PR4, PR5, PR9
11 Publicidad encubierta		Gestión de la Publicidad	PR6, PR7
12 Publicidad engañosa		Gestión de la Publicidad	PR1, PR2, PR6, PR7
13 Protección de datos personales		Protección de Datos	PR8
14 Estabilidad en el empleo		Gestión del Equipo Humano Relación con los empleados	G4-10, LA1, LA2, LA3, LA4, LA16
15 Libertad de asociación		Relación con los empleados	G4-11, HR4, HR12
16 No discriminación en el entorno laboral		Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades	LA12, HR3
17 Igualdad de oportunidades		Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades Beneficios sociales y medidas de conciliación	LA12, LA13
18 Diversidad de género		Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades	LA12, LA13
19 Reconocimiento y retención del talento		Gestión del Equipo Humano Evaluación del desempeño	LA9, LA10, LA11



EMPLEADOS

ARTISTAS Y PROFESIONALES  
DEL SECTOR

ACCIONISTAS



ANUNCIANTES



AUDIENCIA



PROVEEDORES



SINDICATOS



COMPETENCIA



ADMINISTRACIÓN



ORGANIZACIONES SOCIALES



MERCADO LABORAL



COMUNIDAD

Tema relevante		Grupo de interés afectado	Cómo da respuesta el Grupo Mediaset España	Indicador GRI G4
20	Formación y desarrollo profesional		Gestión del Equipo Humano Formación y captación de nuevo talento Evaluación del desempeño	LA9, LA10, LA11
21	Seguridad y salud en el trabajo		Gestión del Equipo Humano Prevención de Riesgos Laborales	LA5, LA6, LA7, LA8
22	Conciliación de la vida familiar y laboral		Gestión del Equipo Humano Beneficios sociales y medidas de conciliación	LA1, LA2, LA3
23	Disposición de mecanismos de reclamación laborales		Gestión del Equipo Humano	LA16
24	Libertad de expresión		Gestión de los Contenidos Gestión del Equipo Humano	M2, M3, HR4, HR12
25	Accesibilidad de los contenidos		Accesibilidad de los contenidos	M4, M5, M7
26	No discriminación en los contenidos emitidos		Gestión de los contenidos Accesibilidad de los contenidos	M2, M3, M6
27	Privacidad de la vida personal		Gestión de Contenidos	M2, M3
28	Contenido adaptado		Gestión de Contenidos	G4-56, M2, M3, M6
29	Alfabetización mediática		Gestión de Contenidos	M7
30	Sensibilización social		Entretenimiento, información y compromiso social	M2, M3
31	Impacto climático		Desempeño Ambiental	EN15, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23, EN24, EN25, EN26
32	Consumo de recursos		Desempeño Ambiental	EN3, EN4, EN5, EN6, EN7
33	Evitar prácticas de competencia desleal		Gestión de Contenidos Gestión de la Publicidad	SO7
34	Evitar la corrupción		Sistema de Gestión de Riesgos	G4-34, G4-56, G4-58, SO3, SO4, SO5, SO6, M1
35	Ética en las comunicaciones		Gestión de la publicidad	G4-56, G4-57
36	Big Data		Protección de datos Gestión de contenidos en internet Gestión de la publicidad	G4- DMA (PROTECCIÓN DE DATOS)
37	Acción social			EC1, EC2, EC3, EC4
38	Compliance por parte de las productoras		Gestión de la Cadena de Proveedores	G412, LA14, LA15, LA16, HR1, HR2, HR4, HR5, HR6, HR10, HR11, HR12, SO9, SO10, SO11, EN32, EN33, EN34
39	Criterios sostenibles en la selección de proveedores		Gestión de la Cadena de Proveedores	SO9, SO10, EN32, EN33, LA14, LA15, HR10, HR11, EC9



EMPLEADOS



ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR



ACCIONISTAS



ANUNCIANTES



AUDIENCIA



PROVEEDORES



SINDICATOS



COMPETENCIA



ADMINISTRACIÓN



ORGANIZACIONES SOCIALES



MERCADO LABORAL



COMUNIDAD



## Diálogo

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  
rc@telecinco.es

## Verificación externa

Mediaset España ha mantenido la práctica de someter a verificación externa independiente, el presente Informe. Los contenidos revisados por parte de PriceWaterhouseCoopers, de acuerdo a la norma ISAE 3000 (revisada), se encuentran identificados en la Tabla de Contenidos GRI.



### INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO INDEPENDIENTE DE LOS INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

A la Dirección de Mediaset España Comunicación, S.A.:

Hemos llevado a cabo un encargo de aseguramiento limitado de los indicadores de Responsabilidad Corporativa contenidos en la "Tabla de Indicadores GRI G4" del Informe Anual Corporativo 2017 (en adelante, "los indicadores de RC") de Mediaset España Comunicación, S.A. y sociedades dependientes, que componen el Grupo Mediaset España (en adelante, "Mediaset") correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2017, preparados conforme a los contenidos propuestos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 (en adelante, Guía GRI G4) y en el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación.

#### Responsabilidad de la Dirección de Mediaset

La Dirección de Mediaset es responsable de la preparación, del contenido y de la presentación del Informe Anual Corporativo, según la opción Exhaustiva "de conformidad" con la Guía GRI G4 y en el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación. Esta responsabilidad incluye el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que los indicadores de RC estén libres de incorrección material, debido a fraude o a error.

La Dirección de Mediaset es también responsable de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación de los indicadores de RC.

#### Nuestra Responsabilidad

Nuestra responsabilidad es emitir un informe de aseguramiento limitado basado en los procedimientos que hemos realizado y en las evidencias que hemos obtenido. Hemos realizado nuestro encargo de aseguramiento limitado de acuerdo con la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 (NIEA 3000) (Revisada), "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica", emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC).

El alcance de un encargo de aseguramiento limitado es sustancialmente inferior al de un encargo de aseguramiento razonable, y por lo tanto la seguridad proporcionada es también menor.

Los procedimientos que realizamos se basan en nuestro juicio profesional e incluyeron consultas, observación de procesos, inspección de documentación, procedimientos analíticos, y pruebas de revisión por muestreo que, con carácter general, se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de las diversas áreas de Mediaset involucradas en la elaboración del Informe Anual Corporativo 2017.
- Análisis de los procedimientos utilizados para recopilar y validar los datos e información presentada en los indicadores de RC.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España  
Tel.: +34 915 684 400 / +34 902 021 111, Fax: +34 915 685 400, www.pwc.es

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.287, libro 8.054, sección 3ª  
Inscrita en el R.O.A.C. con el número S0242 - CIF: B-79 031290

1



- Análisis de la adaptación de los indicadores de RC de Mediaset a lo señalado en la Guía GRI G4 para la preparación de informes de sostenibilidad y en el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación.

- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, testeo de controles internos y realización de pruebas sustantivas de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores de RC de Mediaset. Asimismo, hemos comprobado su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Mediaset.

#### 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), que se basa en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesional, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene en consecuencia un exhaustivo sistema 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.

#### Conclusión de Aseguramiento Limitado

Como resultado de los procedimientos que hemos realizado y de las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que los indicadores de RC de Mediaset correspondientes al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2017, contienen errores significativos o no han sido preparados, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la Guía GRI G4 y el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación.

#### Uso y Distribución

Nuestro informe se emite únicamente a la Dirección de Mediaset, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo. No asumimos ninguna responsabilidad frente a terceros distintos de la Dirección de Mediaset.

PricewaterhouseCoopers Auditores S.L.

Mª Luz Castilla

27 de febrero de 2018

2

## TABLA DE INDICADORES GRI G4, CON SUPLEMENTO SECTORIAL MEDIA

Aspecto	Página	Omisiones	Verificación Externa
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>			
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	VI-IX	✓
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
G4-2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. Suplemento media.	3-7	✓
G4-3	Nombre de la organización.	10	✓
G4-4	Marcas, productos y/o servicios más importantes.	1-2, 10-11	✓
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	10	✓
G4-6	Países en los que opera y nombre de aquellos donde la organización lleva a cabo operaciones significativas.	10-11, 151	✓
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. Suplemento media.	10	✓
G4-8	Mercados servidos.	10-11, 151	✓
G4-9	Dimensión de la organización. Suplemento media.	8, 86-88, 129,150	✓
G4-10	Colectivo de trabajadores. Suplemento media.	129-132	✓
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	133	✓
G4-12	Descripción de la cadena de suministro.	46-51	✓
G4-13	Cambios significativos durante el periodo de reporte en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	11	✓
G4-14	Descripción de cómo la organización ha adoptado el principio de precaución.	25-41	✓
G4-15	Cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	34,78-79	✓
G4-16	Principales asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que pertenece.	78-79	✓
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>			
G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.	CC.AA	✓
G4-18	Proceso seguido para determinar el Contenido del informe y la Cobertura de cada Aspecto.	173-177	✓
G4-19	Listado de aspectos materiales identificados.	175-177	✓
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	176-177	✓
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.	176-177	✓
G4-22	Descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información perteneciente a informes anteriores.	CCAA	✓
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la Cobertura de cada aspecto con respecto a informes anteriores y sus causas.	173	✓
<b>PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización. Suplemento media.	76-77	✓
G4-25	Bases para la elección de los grupos de interés con los que trabaja la organización.	76	✓
G4-26	Enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de interés.	76-77, 174	✓
G4-27	Principales cuestiones y asuntos surgidos a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que la organización responde a los mismos.	174-178	✓
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
G4-28	Período cubierto por el informe.	173	✓
G4-29	Fecha de última publicación.	173	✓
G4-30	Ciclo de presentación del informe.	173	✓
G4-31	Datos de contacto.	178	✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
G4-32	Opción exhaustiva "de conformidad" con la Guía GRI G4; índice GRI.	173		✓
G4-33	Verificación externa del informe.	178-179		✓
<b>GOBIERNO</b>				
G4-34	Estructura de Gobierno. Suplemento media.	16-24		✓
G4-35	Proceso mediante el cual el órgano de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	IAGC		✓
G4-36	Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	IAGC		✓
G4-37	Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno.	IAGC		✓
G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y sus comités.	18		✓
G4-39	Indique si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	IAGC		✓
G4-40	Proceso seguido y criterios en los que se basa el nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités.	IAGC		✓
G4-41	Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés. Suplemento media.	24, IAGC		✓
G4-42	Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	IAGC		✓
G4-43	Medidas tomadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Nota		✓
G4-44	Proceso de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno.	IAGC		✓
G4-45	Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	IAGC		✓
G4-46	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	IAGC		✓
G4-47	Frecuencia con la que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	IAGC		✓
G4-48	Comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba el informe de RC y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	Nota		✓
G4-49	Proceso para transmitir al órgano superior de gobierno los principales asuntos que resultan de interés.	IAGC		✓
G4-50	Naturaleza y el número de asuntos relevantes transmitidos al órgano superior de gobierno, así como los mecanismos empleados para abordarlos y evaluarlos.	20; Nota		✓
G4-51	Políticas retributivas del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	21-23, IARC		✓
G4-52	Procesos para determinar la remuneración del órgano de gobierno y la alta dirección.	21-23, IARC		✓
G4-53	Proceso mediante el cual se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	Nota		✓
G4-54	Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización, y la retribución total anual media de toda la plantilla.	Nota		✓
G4-55	Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización, y el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla.	Nota		✓
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>				
G4-56	Valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos. Suplemento media.	24, 29-31, 34		✓
G4-57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento sobre cuestiones éticas, jurídicas y relacionadas con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	Nota		✓
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	29-33		✓
<b>CREACIÓN DE CONTENIDOS</b>				
Enfoque de gestión.		52-59		✓
M2	Metodología para evaluar y monitorear el cumplimiento del compromiso con los valores de creación de contenido.	52-59		✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
M3	Acciones tomadas para mejorar el cumplimiento de los valores de creación de contenido, y resultados obtenidos.	52-59		✓
<b>DIFUSIÓN DE CONTENIDOS</b>				
Enfoque de gestión.		52-59		✓
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.	52-59		✓
M5	Número y naturaleza de respuestas (retroalimentación/quejas) relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables, la toma de informada de decisiones y acceso, y procesos para responder a los reclamos.	Nota		✓
<b>INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA</b>				
Enfoque de gestión.		52-59		✓
M6	Métodos para interactuar con públicos, y resultados.	58		✓
<b>ALFABETIZACIÓN EN MEDIOS</b>				
Enfoque de gestión.		116-122		✓
M7	Acciones tomadas para empoderar a la audiencia a través de la alfabetización mediática o educación en medios.	116-122,138, Nota		✓
<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>				
Desempeño económico				
Enfoque de gestión		8, 86-88, 152-155		✓
G4- EC1	Valor económico directo generado y distribuido incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	150		✓
G4- EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	Nota	(1)	✓
G4- EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones definidas, planes de aportaciones definidas u otros tipos de planes de jubilación.	Nota		✓
G4-EC4	Ayudas económicas recibidas, otorgadas por cualquier ente gubernamental durante el período. Suplemento media.	154		✓
G4-M1	Financiación significativa y otros apoyos recibidos de fuentes no gubernamentales. Suplemento media.	Nota		✓
Presencia en el mercado				
Enfoque de gestión		68-74		
G4- EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Nota		
G4- EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Nota		
Consecuencias económicas indirectas				
Enfoque de gestión		57-61		✓
G4- EC7	Desarrollo e impacto de inversiones significativas en infraestructuras o de servicios de apoyo. Suplemento media.	57-61	(1)	✓
G4- EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	156-159	(1)	✓
Prácticas de adquisición				
Enfoque de gestión		46-47		✓
G4- EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	46-47		✓

Aspecto	Página	Omisiones	Verificación Externa
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>			
Prácticas laborales y trabajo digno			
Empleo			
Enfoque de gestión			
G4- LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	68-74	✓
G4- LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	129, 131	✓
G4- LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	72, 135	✓
Relaciones entre los trabajadores y la dirección			
Enfoque de gestión			
G4- LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	132	✓
Salud y seguridad en el trabajo			
Enfoque de gestión			
G4- LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para la dirección y los empleados.	68-70	✓
G4- LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo. Suplemento media.	69	✓
G4- LA7	Indique si hay trabajadores que desarrollan actividades profesionales con una incidencia o riesgo elevado de enfermedades determinadas. Suplemento media.	74	✓
G4- LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	74	✓
Capacitación y educación			
Enfoque de gestión			
G4- LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. Suplemento media.	72-74	✓
G4- LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	137	✓
G4- LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	136-138	✓
Diversidad e igualdad de oportunidades			
Enfoque de gestión			
G4- LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	70-71	✓
Igualdad de retribución entre hombres y mujeres			
Enfoque de gestión			
G4- LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	18-19, 129-132	✓
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			
Enfoque de gestión			
G4- LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	70-71	✓
G4- LA15	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Nota	✓
Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales			
Enfoque de gestión			
G4- LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	29-30	✓
Derechos Humanos			
Enfoque de gestión			
160-161			
✓			

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
G4- HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Nota		✓
G4- HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, y porcentaje de empleados formados. Suplemento media.	Nota		✓
No discriminación				
Enfoque de gestión		70-71		✓
G4- HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	134		✓
Libertad de asociación y negociación colectiva				
Enfoque de gestión		68, 133		✓
G4- HR4	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Nota		✓
Trabajo infantil				
Enfoque de gestión		32-33, 46		✓
G4- HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Nota		✓
Trabajo forzoso				
Enfoque de gestión		46		✓
G4- HR6	Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Nota		✓
Medidas de seguridad				
Enfoque de gestión		33		
G4- HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	33		
Derechos de la población indígena				
Enfoque de gestión		160-161		
G4- HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	Nota		
Evaluación				
Enfoque de gestión		68-71		✓
G4- HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. Suplemento media.	Nota		✓
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos				
Enfoque de gestión		46		✓
G4- HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	Nota		✓
G4- HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	Nota		✓
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos				
Enfoque de gestión		29-30		✓
G4- HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. Suplemento media.	Nota		✓
Libertad de expresión. Enfoque de gestión. Suplemento media.		29,48-51,52-59		✓
Representación de los derechos humanos. Enfoque de gestión. Suplemento media.		52-59		✓
Derechos culturales. Enfoque de gestión. Suplemento media.		52-59		✓
Propiedad intelectual. Enfoque de gestión. Suplemento media.		29,34,48-51,52-53,56,58,78		✓
Protección de la privacidad. Enfoque de gestión. Suplemento media.		42-43		✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
Sociedad				
Comunidades locales				
Enfoque de gestión		156-159		
G4-SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	Nota		
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales	Nota		
Lucha contra la corrupción				
Enfoque de gestión		29-33		✓
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	33		✓
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. Suplemento media.	28-30,32-33		✓
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Nota		✓
Políticas públicas				
Enfoque de gestión		78		✓
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas realizadas por la organización, por país y destinatario. Suplemento media.	Nota		✓
Prácticas de competencia desleal				
Enfoque de gestión		66,78		✓
G4-SO7	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Nota		✓
Cumplimiento				
Enfoque de gestión		78		✓
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Nota		✓
Evaluación de la repercusión social de los proveedores				
Enfoque de gestión		46		✓
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	Nota		✓
G4-SO10	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	Nota		✓
Mecanismos de reclamación por impacto social				
Enfoque de gestión		29-30		✓
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Nota		✓
Responsabilidad sobre productos				
Salud y seguridad de los clientes				
Enfoque de gestión		65-67		✓
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Nota		✓
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nota		✓
Etiquetado de los productos y servicios				
Enfoque de gestión		52-59, 65-67		✓
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. Suplemento media.	34	(1)	✓
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nota		✓
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	55; Nota	(2)	✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
Comunicaciones de mercadotecnia				
Enfoque de gestión		65-67		✓
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	Nota		✓
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. Suplemento media.	Nota		✓
Privacidad de los clientes				
Enfoque de gestión		42-43		✓
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Nota		✓
Cumplimiento regulatorio				
Enfoque de gestión		28,35,42-43,66,78		✓
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	Nota		✓
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>				
Materiales				
Enfoque de gestión		163-167		
G4- EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen. Suplemento media.	165		
G4- EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Nota		
Energía				
Enfoque de gestión		163-167		✓
G4- EN3	Consumo energético interno.	165		✓
G4- EN4	Consumo energético externo.	165		✓
G4- EN5	Intensidad energética.	166		✓
G4- EN6	Reducción del consumo energético.	166		✓
G4- EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios. Suplemento media.	166-167	(1)	✓
Agua				
Enfoque de gestión		167		
G4- EN8	Captación total de agua según la fuente.	165; Nota		
G4- EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Nota		
G4- EN10	Porcentaje y volumen de agua reciclada y reutilizada.	Nota		
Biodiversidad				
Enfoque de gestión		163-164		
G4- EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas dentro de áreas protegidas y no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	163-164, Nota		
G4- EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de biodiversidad biológica no protegidas, que se derivan de las actividades, productos y servicios.	Nota		
G4- EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Nota		
G4- EN14	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	Nota		
Emisiones				
Enfoque de gestión		163,168-169		✓
G4- EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	168		✓
G4- EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	168		✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
G4- EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	168		✓
G4- EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	169		✓
G4- EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. Suplemento media.	168-169		✓
G4- EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	Nota		✓
G4- EN21	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.	169		✓
Efluentes y residuos				
Enfoque de gestión				
G4- EN22	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.	Nota		✓
G4- EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. Suplemento media.	171		✓
G4- EN24	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Nota		✓
G4- EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	170		✓
G4- EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de los masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	Nota		✓
Productos y servicios				
Enfoque de gestión				
G4- EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	165-167		
G4- EN28	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.	Nota		
Cumplimiento regulatorio				
Enfoque de gestión				
G4- EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Nota		✓
Transporte				
Enfoque de gestión				
G4- EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Nota		
General				
Enfoque de gestión				
G4- EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente.	Nota		
Evaluación ambiental de los proveedores				
Enfoque de gestión				
G4- EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Nota		✓
G4- EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	Nota		✓
Mecanismos de reclamación ambiental				
Enfoque de gestión				
G4- EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Nota		✓

(1) Se informa cualitativamente.

(2) Los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes no se hacen públicos por ser información confidencial.

Aclaraciones:

CC.AA.: Información reportada en las Cuentas Anuales 2017

IAGC: Información reportada en el Informe Anual de Gobierno Corporativo 2017

IARC: Información reportada en el Informe Anual de Remuneración de los Consejeros 2017



## NOTAS ACLARATORIAS

G4-43	En las sesiones del Consejo celebradas a lo largo del año, Mediaset España pone al día a sus consejeros sobre las principales novedades legislativas.
G4-48	El Informe Anual Corporativo de Mediaset España es aprobado anualmente por su Consejo de Administración.
G4-50	El Consejo de Administración ha estado informado sobre todos los asuntos reflejados en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, Cuentas Anuales e Informe de Remuneraciones, así como todos los asuntos tratados en las presentaciones a analistas e inversores.
G4-53	Mediaset España somete su política retributiva a la aprobación de los accionistas, en la Junta General de Accionistas. En 2017, la misma obtuvo el 72,08% de votos a favor.
G4-54	La retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización es 13,59 veces superior a la retribución total media de la plantilla.
G4-55	En el año 2017, no se ha producido incremento porcentual tanto en el caso de la persona mejor pagada de la organización, como tampoco en el de la retribución anual media de toda la plantilla.
G4-57	Las consultas sobre aspectos éticos, jurídicos o relacionadas con la integridad de la organización pueden ser planteadas tanto a través del canal de denuncias, así como también a los responsables del área Jurídica o de Auditoría Interna.
G4-M1	Al igual que en años anteriores, en 2017 Mediaset España ha recibido una única subvención de fuentes no gubernamentales, considerada no significativa, que ha sido otorgada por la Fundación Biodiversidad, en el marco de la Convocatoria de Concesión de Ayudas que otorga la entidad en Régimen de Concurrencia Competitiva, para el Fomento de la Información Ambiental en los Medios de Comunicación. Se han recibido € 14.121. La Fundación Biodiversidad subvenciona así el 70% del coste total del proyecto, asumiendo Mediaset España el 30% restante. En el marco del proyecto, se ha realizado una grabación mensual sobre alguna de las actividades que realiza la Fundación Biodiversidad y se ha distribuido posteriormente a través de los abonados de la Agencia Atlas.
G4-M5	A fecha del presente Informe, no se encuentra aún publicado el Informe Anual 2017 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 <a href="http://www.tvinfancia.es">www.tvinfancia.es</a> en relación con contenidos y programas difundidos. Según el dato interno provisional relativo a Mediaset, se tramitaron 20 reclamaciones dirigidas contra este operador, no apreciando el Comité de Autorregulación inconvenientes para la emisión de dichos contenidos en ningún caso. Dicho dato no incluye las reclamaciones por publicidad emitida, que son remitidas al Jurado de Autocontrol para su tramitación y resolución.

G4-M7	Las acciones que lleva a cabo Mediaset España encaminadas a la generación de una audiencia informada, que pueda entender e involucrarse mejor en la generación de contenidos y sea capaz de realizar un consumo crítico de los mismos, se encuentran reflejadas en su Modelo de Gestión de Contenidos, que incluye los mecanismos de interactividad con la audiencia a través de las redes sociales y apps de los programas, así como en los programas de parrilla que tienen contenido educativo. A su vez, los acuerdos de colaboración con las universidades y el máster de creación de contenidos contribuyen al desarrollo de un colectivo formado en medios de comunicación.																						
G4-EC2	Dada la actividad de Mediaset España, los riesgos/opportunidades derivados del cambio climático no influyen de manera significativa en el negocio.																						
G4-EC3	No existe una estructura de planes de pensiones como beneficio social otorgado por la empresa.																						
G4-EC5	El Convenio Colectivo de Mediaset España recoge oficialmente las tablas salariales aplicables para cada una de las especialidades profesionales y desarrolla el régimen retributivo aplicable, indicando los complementos salariales y sus condiciones. Al recogerse en Convenio Colectivo, existe una asignación del salario base igualitaria entre hombres y mujeres; el régimen económico se basa en aplicar el salario especificado en las tablas convencionales a la categoría correspondiente, independientemente del sexo.																						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría profesional</th> <th>Relación entre salario de entrada mínimo establecido en Convenio y salario mínimo interprofesional 2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>NIVEL 1</td><td>1,21</td></tr> <tr><td>NIVEL 2</td><td>1,57</td></tr> <tr><td>NIVEL 3</td><td>1,84</td></tr> <tr><td>NIVEL 4</td><td>2,09</td></tr> <tr><td>NIVEL 5</td><td>2,33</td></tr> <tr><td>NIVEL 6</td><td>2,62</td></tr> <tr><td>NIVEL 7</td><td>2,93</td></tr> <tr><td>NIVEL 8</td><td>3,24</td></tr> <tr><td>NIVEL 9</td><td>3,56</td></tr> <tr><td>NIVEL 10</td><td>4,19</td></tr> </tbody> </table>	Categoría profesional	Relación entre salario de entrada mínimo establecido en Convenio y salario mínimo interprofesional 2017	NIVEL 1	1,21	NIVEL 2	1,57	NIVEL 3	1,84	NIVEL 4	2,09	NIVEL 5	2,33	NIVEL 6	2,62	NIVEL 7	2,93	NIVEL 8	3,24	NIVEL 9	3,56	NIVEL 10	4,19
Categoría profesional	Relación entre salario de entrada mínimo establecido en Convenio y salario mínimo interprofesional 2017																						
NIVEL 1	1,21																						
NIVEL 2	1,57																						
NIVEL 3	1,84																						
NIVEL 4	2,09																						
NIVEL 5	2,33																						
NIVEL 6	2,62																						
NIVEL 7	2,93																						
NIVEL 8	3,24																						
NIVEL 9	3,56																						
NIVEL 10	4,19																						
G4-EC6	Mediaset España no cuenta con una política específica para la contratación local de personal, diferente a su política general de contratación; contar con una política de contratación local podría promover situaciones de discriminación.																						
G4-LA7	Dada la naturaleza de la actividad y las medidas de prevención que aplica la organización, no hay trabajadores que desarrollen actividades profesionales que conlleven una incidencia o riesgo elevado de contraer enfermedades determinadas. Para más información, ver el apartado Equipo Humano, Prevención de Riesgos Laborales.																						
G4-LA13	Los Convenios Colectivos garantizan una aplicación igualitaria de la retribución de hombres y mujeres que ocupan un mismo puesto de trabajo, tanto en lo que respecta al salario base como a los complementos de puesto de trabajo.																						
G4-LA14 G4-LA15 G4-HR10 G4-HR11 G4-SO9 G4-SO10 G4-EN32 G4-EN33	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. Para más información, ver el apartado Gestión de la Cadena de Proveedores.																						

G4-LA16	Durante 2017 se presentaron 20 reclamaciones sobre prácticas laborales de las cuales 9 se han resuelto con avenencia, 1 con resolución favorable a la compañía y 10 se encuentran pendientes de resolución.
G4-HR1	No existen acuerdos de inversión significativos en Mediaset España que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
G4-HR2	En 2017 se han impartido un total de 733 horas de formación (112 asistencias) en cursos con contenidos relacionados con derechos humanos, libertad expresión, propiedad intelectual, LOPD, derecho a la imagen o derechos laborales.  Por otra parte, Mediaset España establece pautas concretas tanto para la creación de contenidos televisivos responsables vinculados a dicha materia, como para la participación de artistas menores de edad y del público en general, en sus programas.
G4-HR4	La libertad de asociación y el derecho a la asociación o acogimiento a convenios colectivos se encuentra plenamente garantizada en todos los centros de trabajo del Grupo Mediaset España, tal y como se describe en el apartado Equipo Humano.  En lo que respecta a sus proveedores, Mediaset España traslada a éstos el compromiso de respetar, entre otros aspectos, los derechos laborales y sindicales de sus trabajadores, tal y como se describe en el apartado Gestión de la Cadena de Proveedores.
G4-HR5 G4-HR6	Mediaset España gestiona la participación de artistas menores de edad en los sus programas siguiendo estrictamente los criterios y procedimientos establecidos al respecto por la Consejería de Empleo de la Comunidad de Madrid, por lo cual no existe riesgo de explotación infantil.  Por otro lado, mediante todos los mecanismos de gestión de Recursos Humanos, comentados en el apartado Gestión del Equipo Humano, el Grupo garantiza que no se produzcan episodios de trabajo forzado y establece los cauces para denunciar cualquier episodio, en caso de que se produjera. En lo que respecta a sus proveedores, éstos asumen el compromiso de no utilizar mano de obra infantil y rechazar cualquier clase de trabajo forzado, tal y como se describe en el apartado Gestión de la Cadena de Proveedores.
G4-HR8	No han existido incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas.
G4-HR9	Los procedimientos que garantizan el cumplimiento de los derechos humanos se encuentran plenamente implantados en el Grupo Mediaset España y garantizados por los mecanismos de gestión que atañan a cada ámbito: Gestión de los Contenidos, Gestión del Equipo Humano, Gestión de la Publicidad, Relación con los Grupos de interés, etc. ampliamente desarrollado en toda la sección correspondiente al Modelo de Gobierno.  En particular, lo referente a los derechos laborales se encuentra plenamente garantizado con la aplicación de los Convenios Colectivos y los posibles impactos en este ámbito son monitorizados periódicamente por parte de los Sindicatos, que elevan al seno del Comité de Empresa, los asuntos que puedan presentarse al respecto.



G4-HR12 G4-SO11	Durante 2017, Mediaset España no ha recibido reclamaciones sobre derechos humanos o impactos sociales distintos de las reclamaciones laborales (LA16) o las relacionadas con la emisión de contenidos y la protección de menores (PR4 y PR9) que hayan sido presentadas, abordadas y resueltas mediante mecanismos formales de reclamación.
G4-SO1	Mediaset España no tiene implantado un sistema de información que permita obtener estos datos.
G4-SO2	Las actividades desarrolladas por Mediaset España generan impactos positivos sobre las comunidades locales, a través de la generación de empleo directo e indirecto, ocio y colaboración con causas y organizaciones sociales.
G4-SO5	Durante 2017, no ha habido ningún episodio de corrupción vinculado a la compañía, y por tanto, no ha sido necesario tomar ninguna medida específica al respecto.
G4-SO6	Mediaset España no realiza aportaciones financieras o en especie a partidos políticos o instituciones relacionadas.
G4-SO7	EN 2017, no se ha producido ningún procedimiento legal sancionador por causas relacionadas con prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.
G4-PR1	Mediaset España cumple con todas las exigencias legales establecidas en este sentido, y sus guías de actuación están recogidas en el apartado Gestión de Riesgos, Gestión de Contenidos y Gestión de la Publicidad.
G4-PR2	Durante 2017, no se han producido incidentes derivados de un incumplimiento de la normativa o códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad.
G4-PR4 G4-PR9	En 2017 Mediaset España no ha recibido ninguna sanción relacionada con el incumplimiento de la normativa vigente en este ámbito, lo que refleja una excelente asimilación de los criterios de calificación de contenidos establecidos en el Código de Autorregulación de Contenidos de Televisión e Infancia.
G4-PR5	Los resultados de la medición de la satisfacción de la audiencia 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.
G4-PR6	Los productos que comercializa la compañía están sujetos al cumplimiento de la legislación aplicable. Si durante el ejercicio 2017 algún producto o programa se hubiese encontrado en litigio y existieran motivos fundados, la compañía ha adoptado todas las medidas cautelares necesarias para la paralización de su comercialización, hasta que no se hubiese resuelto el mismo.
G4-PR7 G4-SO8	A pesar de adoptarse todas las medidas posibles para garantizar una gestión responsable, tanto de contenidos como de publicidad emitidos, hay situaciones en las que los procedimientos establecidos no han podido contrarrestar posibles situaciones de incumplimiento que han dado lugar a la imposición de sanciones.  En este sentido, Mediaset España ha recibido en 2017 una sanción por incumplimiento de la normativa de publicidad, por valor de €69.689,4
G4-PR8	Durante 2017 no se ha recibido ninguna reclamación sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

G4-EN2	Mediaset España no tiene constancia de los materiales utilizados que sean valorizados.
G4-EN8 G4-EN9 G4-EN22 G4-EN26	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.
G4-EN10	Mediaset España utiliza el agua proveniente de la red urbana, no utilizando agua reciclada o reutilizada.
G4-EN11	Las instalaciones gestionadas directamente por el Grupo Mediaset España se encuentran en polígonos industriales o zonas urbanas, alejadas de espacios naturales protegidos.
G4-EN12	Los posibles impactos que puedan generarse en la producción de contenidos televisivos, son gestionados teniendo en cuenta en todo momento su minimización y enmarcados en el estricto cumplimiento de la legislación vigente.  Para más información, ver el apartado de Desempeño Ambiental, Producciones en entornos naturales.
G4-EN13	La actividad desarrollada por Mediaset España no ha tenido impactos en hábitats protegidos más allá de las grabaciones de programas, cuyas medidas de gestión se describen en el apartado Desempeño Ambiental, Producciones en entornos naturales.
G4-EN14	Mediaset España desarrolla sus actividades directas en zonas urbanas y por tanto, no tiene impacto sobre espacios naturales. En el caso de las producciones llevadas a cabo en entornos naturales, las mismas han sido realizadas de acuerdo a los protocolos adecuados para garantizar su conservación y no afectación, tal y como se describe en el apartado Desempeño Ambiental, Producciones en entornos naturales.
G4-EN20	Los gases refrigerantes que Mediaset España utiliza en sus equipos de climatización tienen ODP igual a cero y por tanto no dañan la capa de ozono, a excepción de aquellos equipos que utilizan R22 y forman parte del plan de renovación de equipamiento definido por el área responsable. Por la normativa legal vigente, los equipos que utilicen dicho gas deben ser sustituidos y en ningún caso puede rellenarse el gas R22, con lo que no se producirían emisiones a la atmósfera que dañaran la capa de ozono.
G4-EN24	Dada la naturaleza de las actividades del Grupo, no existe riesgo relevante de derrames de sustancias peligrosas.
G4-EN28	Dado que la actividad principal del Grupo es la emisión de contenidos audiovisuales, no se generan productos o materiales de embalaje significativos que puedan regenerarse al final de su vida útil.  Los residuos de materiales de embalaje producidos se consideran no significativos. El Grupo tiene cubiertas sus responsabilidades como productor de residuos, a la vez que gestiona todos los residuos que se producen por los productos que se adquieren y se calculan las emisiones de CO <sub>2</sub> asociadas, tanto aguas arriba como aguas abajo.
G4-EN29 G4-EN34	En 2017 Mediaset España no ha recibido ninguna reclamación ambiental ni ha sido objeto de ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de la normativa medioambiental.

G4-EN30	Dada la actividad que realiza, Mediaset España no tiene impactos ambientales significativos derivados del transporte de productos y otros bienes materiales. Los impactos derivados del transporte del personal se detallan en el apartado Desempeño Ambiental.
G4-EN31	En 2017 se realizaron inversiones en mejoras ambientales por importe de €359.305, correspondientes a la renovación de 527 elementos de iluminación, 16 equipos de climatización, 113 ordenadores e instalación de nuevas láminas solares.



## Glosario

**Access prime time:** Franja horaria previa al prime time.

**Accidente laboral:** Enfermedades, patologías o lesiones sufridas con motivo u ocasión del trabajo.

**Accionista:** Persona física o jurídica que posee acciones de una sociedad, siendo propietaria de la misma en un porcentaje proporcional a su participación.

**Activo:** Conjunto de bienes y derechos que posee una empresa.

**Audiencia (televisión):** Número de personas de 4 o más años que ven la televisión en un momento dado.

**Blog:** También conocido como bitácora, el blog es un sitio web actualizado periódicamente que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores -donde el más reciente aparece primero-, con un uso o temática en particular, siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

**Broadcast:** Distribución del audio y/o señales de vídeo que transmite los programas a una audiencia. La audiencia puede ser el público, en general, o un sector de público relativamente grande, como niños o gente joven.

**Cambio climático (calentamiento global):** Cambio en el conjunto de las condiciones atmosféricas atribuido directa o indirectamente a la actividad humana, que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

**Capital social:** Importe monetario o valor de los bienes que los socios de una sociedad poseen. Los derechos que adquieren los socios en dicha sociedad irán en función del capital social aportado. Éste se divide en participaciones iguales e indivisibles denominadas acciones.

**CO<sub>2</sub> equivalente:** Metodología internacional de medida de las emisiones de gases de efecto invernadero, por la cual se establece la equivalencia entre la capacidad de retención de calor de cualquier gas de este tipo y aquella del CO<sub>2</sub>. De este modo, se convierten todos los gases

a la medida del CO<sub>2</sub> posibilitando el cálculo homogéneo de cualquier emisión de gases de efecto invernadero.

**Coach:** programa que contribuye al crecimiento y desarrollo personal y profesional de las personas.

**Commuting:** viajar diariamente del hogar al trabajo.

**Day time:** Periodo de emisión durante las horas del día.

**Desarrollo sostenible:** La aparición del concepto de Desarrollo Sostenible se remonta a la presentación, en 1987, del informe “Nuestro Futuro Común” de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland) creada por la ONU, donde fue definido como “aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

**Documento de seguridad:** Nombre del documento obligatorio que toda empresa debe tener a disposición de la Agencia Española de Protección de Datos, donde se detallan las medidas y procedimientos de cada empresa, para adecuarse al Reglamento de Medidas de Seguridad (Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre)

**EBIT (Earnings Before Interests and Taxes):** Beneficios antes de intereses e impuestos.

**Efecto invernadero:** Fenómeno por el cual determinados gases que componen la atmósfera retienen parte de la energía procedente de la radiación solar que el suelo emite, provocando una moderación en las variaciones de temperatura de la tierra y un incremento de su temperatura de la tierra y un incremento de su temperatura media. Este fenómeno está siendo incrementado por la emisión de ciertos gases en grandes cantidades, como el CO<sub>2</sub> o el metano, procedente de las actividades humanas.

**Encuentro digital:** Sistema de comunicación a través de Internet en la que uno o varios expertos en determinados temas reciben preguntas realizadas por los usuarios y responden a ellas a través de la web.

**Foro digital:** Aplicación web que sirve como soporte para el intercambio de opiniones o discusiones o debates en línea.

**Free float:** Capital flotante susceptible de compra-venta inmediata. Se trata de las acciones que no están en manos de grandes propietarios y que no están sujetas a restricciones de venta.

**Gases de efecto invernadero:** Compuestos que se encuentran en la atmósfera y que, por sus propiedades, son responsables del efecto invernadero. La emisión desmesurada de los mismos a través de actividades como la quema de combustibles fósiles, incrementa el efecto invernadero; Dicho aumento se reconoce como la causa principal del cambio climático global. Entre estos gases se encuentran el CO<sub>2</sub>, el CH<sub>4</sub>, el N<sub>2</sub>O, los HFC, los PFC, el SF<sub>6</sub> y el vapor de agua.

**GJ:** Gigajulio- unidad de medida de la energía

**GreenHouse Gas Protocol:** Instrumento internacional utilizado por los gobiernos y compañías para contabilizar y gestionar sus emisiones de efecto invernadero. Esta iniciativa fue creada por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y el World Resources Institute.

**GRI (Global Reporting Initiative):** Iniciativa fundada en 1999 para desarrollar y difundir directivas mundialmente aplicables para hacer las memorias o informes de sostenibilidad. Estas directrices, de uso voluntario por parte de las organizaciones, tienen como finalidad elevar la calidad de sus informes y lograr una mayor comparabilidad, consistencia y eficiencia en su difusión.

**GRP (Gross Rating Point):** El punto básico de rating es la unidad de medida de la eficacia publicitaria. Consiste en el porcentaje de la audiencia que ha visto un determinado spot televisivo en relación con el mercado potencial fijado con anterioridad entre el operador televisivo y el anunciante/central de medios. Un dato posteriormente contrastado con los datos facilitados por Taylor Nelson Sofres. Los GRP se miden por minuto, aunque los spots publicitarios suelen ser de inferior duración. El GRP también puede calcularse como la multiplicación de la cobertura neta por la frecuencia de un spot.



**Grupos de interés (Stakeholders):** Todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a la actividad de una organización y sus decisiones, y/o que se puedan ver afectadas por ellas.

**Gymkhana:** proveniente del término hindi y persa khana, y gend, que significa “juego de pelota”, actualmente se le atribuye el significado de juegos en los que se realizan numerosas pruebas de competición.

**Impacto ambiental:** Cualquier cambio en el medio ambiente, sea adverso o beneficioso, como resultado de la acción humana.

**Índice de frecuencia:** Este índice transmite una relación entre los accidentes laborales que se han producido, con la consecuencia de la concesión de bajas laborales en relación al tiempo de exposición al riesgo.

**Índice de gravedad:** Este índice relaciona el total de días perdidos debido a accidentes con las horas de exposición al riesgo que sufre el trabajador. La importancia de este índice radica en que incluye, además de las consecuencias de las lesiones, el coste que supone el tiempo de trabajo perdido a consecuencia de los accidentes que se produzcan.

**Índice de incidencia:** Relación entre los accidentes laborales producidos en relación con el número medio de trabajadores expuestos al riesgo. Este índice indica, por tanto, una probabilidad de ocurrencia de accidentes laborales en la plantilla.

**Late night:** Tiempo de emisión entre las 0:00 y las 2:30 horas.

**Mix eléctrico español:** Tipos de energía utilizada para generar la electricidad que se consume (Nuclear, Sólidos, Productos petrolíferos, Gas -incluido gas derivado-, Biomasa, residuos, Hidráulica, Eólica, Solar, Geotérmica y otras renovables, no especificado)

**Moderación:** Labor de control de los contenidos añadidos por los usuarios en las diferentes formas de debate y participación disponibles en las aplicaciones web, de forma que no se incluyan contenidos indebidos, ofensivos o censurados por las condiciones establecidas para el uso de las aplicaciones. Una vez que el texto ha sido aprobado por el moderador, pasa a ser publicado en Internet.

**Morphing:** Creatividad que fusiona la imagen del anunciante con la de la cadena.

**Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact):** Iniciativa internacional creada por Naciones Unidas en 1999, que invita al compromiso ético de las empresas y cuyo objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en relación a su responsabilidad social, por medio de la implantación de Diez Principios o valores fundamentales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Su fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con los proyectos de la ONU, de organizaciones internacionales sectoriales, sindicatos y ONG.

**Power ratio:** En una empresa de medios es el dato que indica el rendimiento de los ingresos en comparación con la cuota de audiencia que controla.

**Prime time:** Tiempo de emisión entre las 21:00 y las 00:00, en el que se alcanzan las máximas audiencias.

**Público objetivo:** Conjunto de personas a las que la cadena dirige sus mensajes publicitarios.

**Rating:** Instrumento analítico que permite valorar el riesgo de una empresa o de una emisión. Lo normal es que a emisores con menor solidez financiera (peor rating) se les exijan rendimientos superiores, para compensar así el mayor riesgo que se asume. Reglamento de medidas de seguridad; Es el RD 1720/2007, de 21 de diciembre, que desarrolla la Ley Orgánica 15/1999, la Ley Orgánica de Protección de Datos

**Remake:** En cine y en televisión, nueva versión de un programa o una película previamente lanzados, o una versión local de alguna serie en diferente país que el original.

**Renting:** contrato de alquiler por el cual la compañía de renting compra un vehículo nuevo, a solicitud de su cliente, y lo pone a disposición de éste por un plazo de tiempo determinado y con todos los gastos incluidos.

**Rich media:** Término de publicidad en internet que se asigna a una página web que utilice tecnología avanzada como el vídeo por demanda, descarga de programas que interactúan con el usuario y publicidad que cambia cuando el usuario pasa por encima el cursor.

**Roadshow:** Foro de información técnica, económica y comercial.

**Share (Cuota de pantalla):** Reparto de las audiencias reales entre todos los canales, expresado en porcentajes.

**Sitcom:** También conocida como comedia de situación, hace referencia a un tipo de serie originaria de EEUU que suele tener unas características determinadas: risas grabadas o en vivo, una duración menor, capítulos autoconclusivos, etc...

**Site:** Conjunto de páginas web, en general asociadas al mismo dominio de Internet, y que normalmente sirven a un mismo tema o propósito.

**Spin-off:** proyecto nacido como extensión de otro anterior, en televisión generalmente hace referencia a nuevas series que provienen de elementos de otra anterior, como situaciones, tramas o personajes.

**Target comercial:** Grupo de audiencia compuesto por los individuos entre 13 y 54 años, de clases sociales media y alta, que viven en poblaciones de 10.000 o más habitantes.

**TDT (Televisión Digital Terrestre):** Plataforma de televisión digital cuya transmisión se realiza por sistemas de difusión terrestres, es decir, con antenas situadas sobre la superficie de la tierra.

**Ventanas:** Los distintos medios de explotación comercial de un contenido audiovisual en términos temporales. Las ventanas más habituales de los contenidos audiovisuales son cine, DVD y video, pay per view, televisión de pago y televisión en abierto.

**Webcast:** Programa de televisión diseñado para ser transmitido por internet.

**XDCAM:** Sistema profesional de vídeo que emplea el soporte PFD, similar al Blu-ray, y que, por sus características, permite ser reutilizado por un periodo de tiempo muy largo.



## Directorio

### MEDIASET ESPAÑA

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

- Dirección General de Contenidos  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 396 69 99
- Dirección General de Gestión y Operaciones  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 396 66 92
- Dirección de Informativos  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 396 64 56  
Email: [informativos@informativost5.com](mailto:informativos@informativost5.com)  
Web: [www.informativostelecinco.com](http://www.informativostelecinco.com) y [www.cuatro.com/noticias/](http://www.cuatro.com/noticias/)
- Dirección de Comunicación y RR.EE.  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 396 68 42  
Email: [gabinetedeprensa@telecinco.es](mailto:gabinetedeprensa@telecinco.es)
- Dirección Ventas Audiovisuales  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 395 93 24  
Email: [comercial@telecinco.es](mailto: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](mailto:inversores@telecinco.es)
- Dirección General Corporativa  
Tel.: 91 396 61 88  
Fax: 91 396 62 84  
Email: [rc@telecinco.es](mailto: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](http://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/](http://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

## ANEXO I

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

#### DATOS IDENTIFICATIVOS DEL EMISOR

<b>FECHA FIN DEL EJERCICIO DE REFERENCIA</b>	31/12/2017
--	------------

<b>C.I.F.</b>	A-79075438
---------------	------------

#### **DENOMINACIÓN SOCIAL**

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.

#### **DOMICILIO SOCIAL**

CARRETERA DE 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
13/04/2016	168.358.745,00	336.717.490	336.717.490

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

Sí  No

A.2 Detalle los titulares directos e indirectos de participaciones significativas, de su sociedad a la fecha de cierre del ejercicio, excluidos los consejeros:

Nombre o denominación social del accionista	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	% sobre el total de derechos de voto
BLACKROCK INC	0	12.884.271	3,83%
INVESCO LIMITED	0	6.691.901	1,99%
DON SILVIO BERLUSCONI	0	169.058.846	50,21%

Nombre o denominación social del titular indirecto de la participación	A través de: Nombre o denominación social del titular directo de la participación	Número de derechos de voto
BLACKROCK INC	NO IDENTIFICADO	12.884.271
INVESCO LIMITED	NO IDENTIFICADO	6.691.901
DON SILVIO BERLUSCONI	MEDIASET SPA	169.058.846

Indique los movimientos en la estructura accionarial más significativos acaecidos durante el ejercicio:

A.3 Complete los siguientes cuadros sobre los miembros del consejo de administración de la sociedad, que posean derechos de voto de las acciones de la sociedad:

Nombre o denominación social del Consejero	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	% sobre el total de derechos de voto
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	47.023	0	0,01%
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	10.303	0	0,00%
DON PAOLO VASILE	8.426	0	0,00%
DON MASSIMO MUSOLINO	16.470	0	0,00%
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	3.000	0	0,00%

% total de derechos de voto en poder del consejo de administración	0,01%
--	-------

Complete los siguientes cuadros sobre los miembros del consejo de administración de la sociedad, que posean derechos sobre acciones de la sociedad

Nombre o denominación social del Consejero	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	Número de acciones equivalentes	% sobre el total de derechos de voto
DON PAOLO VASILE	66.799	0	66.799	0,02%
DON MASSIMO MUSOLINO	9.711	0	9.711	0,00%
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	7.981	0	7.981	0,00%
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	20.729	0	20.729	0,01%

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:

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:

A.6 Indique si han sido comunicados a la sociedad pactos parasociales que la afecten según lo establecido en los artículos 530 y 531 de la Ley de Sociedades de Capital. En su caso, descríbalos brevemente y relacione los accionistas vinculados por el pacto:

Sí  No

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

Sí  No

En el caso de que durante el ejercicio se haya producido alguna modificación o ruptura de dichos pactos o acuerdos o acciones concertadas, indíquelo expresamente:

n/a

A.7 Indique si existe alguna persona física o jurídica que ejerza o pueda ejercer el control sobre la sociedad de acuerdo con el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores. En su caso, identifíquela:

Sí  No

Nombre o denominación social
MEDIASET SPA

Observaciones
La sociedad Fininvest SPA (entidad controlada por D. Silvio Berlusconi) posee, de forma directa e indirecta, un 34,7% de los derechos de voto de Mediaset SPA (y designa a la mayoría de sus consejeros), sociedad que a su vez posee de modo directo un 50,208% de los derechos de voto de Mediaset España.

A.8 Complete los siguientes cuadros sobre la autocartera de la sociedad:

**A fecha de cierre del ejercicio:**

Número de acciones directas	Número de acciones indirectas (*)	% total sobre capital social
9.282.275	0	2,76%

## (\*) A través de:

Detalle las variaciones significativas, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1362/2007, realizadas durante el ejercicio:

Explique las variaciones significativas
---

1/08/2017: adquisición de 3.531.603 acciones de autocartera. Comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 3/08/2017 11/07/2017: adquisición de 3.554.663 acciones de autocartera. Comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 14/07/2017
--

### A.9 Detalle las condiciones y plazo del mandato vigente de la junta de accionistas al consejo de administración para emitir, recomprar o transmitir acciones propias.

La Junta General de accionistas celebrada el 13 de abril de 2016, en el punto octavo del orden del día, aprobó las operaciones de adquisición y transmisión de acciones propias durante un plazo de cinco años a contar desde la fecha de dicho acuerdo.

El acuerdo fue aprobado por un total de 267.670.006 votos a favor, representativos del 98,7984%, 3.238.686 votos en contra, representativos del 1,1954%, 15.555 abstenciones, representativas del 0,0057% y 1.245 en blanco, representativos del 0,0005%.

Se reproduce a continuación el contenido del acuerdo aprobado:

1. Autorizar al Consejo de Administración para que, de conformidad con lo establecido en el artículo 146 y siguientes de la vigente Ley de Sociedades de Capital, pueda proceder, en la medida que lo estime conveniente en atención a las circunstancias, a la adquisición derivativa de acciones propias de la Sociedad por cualquier medio, con sujeción a los siguientes límites y requisitos:

- Las acciones podrán adquirirse por título de compraventa o por cualquier otro acto "intervivos" a título oneroso.
- El valor nominal de las acciones propias adquiridas, sumándose al de las que ya posea "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A." y sus filiales no podrá exceder del diez por ciento (10%) del capital suscrito o del importe máximo que pudiera establecerse legalmente;
- Las acciones a adquirir estarán libres de toda carga o gravamen, totalmente desembolsadas y no afectas al cumplimiento de cualquier obligación;
- El precio mínimo de adquisición de las acciones no será inferior a su valor nominal, y el precio máximo no será superior al ciento veinte por ciento (120%) de su valor de cotización en la fecha de adquisición;
- duración de la autorización: cinco (5) años a contar desde la fecha del presente acuerdo;
- En el desarrollo de estas operaciones se procederá, además, al cumplimiento de las normas que, sobre la materia, se contienen en el Reglamento Interno de Conducta de la Sociedad.

2. Dejar sin efecto la autorización acordada sobre esta misma materia en la reunión de la Junta General Ordinaria celebrada el 15 de abril de 2015 en la cuantía no utilizada.

3. Autorizar al Consejo de Administración para que pueda:

- destinar, total o parcialmente, las acciones propias adquiridas a la ejecución de programas retributivos que tengan por objeto o supongan la entrega de acciones o derechos de opción sobre acciones, o estén basados en cualquier forma en la evolución de la cotización bursátil de la acción, conforme a lo establecido en el artículo 146.1. a) de la Ley de Sociedades de Capital; y/o
- proceder a su enajenación; y/o
- proceder a su amortización con reducción de la cifra del capital social.

En relación con la amortización de las acciones adquiridas al amparo del presente acuerdo y de la consecuente reducción de capital, se delega en el Consejo de Administración con toda la amplitud que se requiera en derecho, con facultades de sustitución en cualquiera de sus miembros así como en el Consejero Delegado y en el Secretario del Consejo, todas las facultades que sean necesarias para llevar a cabo la reducción del capital social, en una o varias veces, dentro de un plazo máximo de cinco [5] años a contar desde la aprobación de este acuerdo, incluyendo a título meramente enunciativo, pero no limitativo:

- la facultad de establecer la cifra exacta de la reducción, la cual nunca podrá ser superior a la cifra del valor nominal de las acciones que se adquirieran al amparo del presente acuerdo;
- determinar la cifra concreta de las acciones en autocartera que deban ser objeto de amortización;
- fijar la fecha o fechas de la reducción;
- ejecutar la reducción de capital en la forma que estimen más conveniente estableciendo los requisitos que sean de aplicación excluyendo o no el derecho de oposición de acreedores conforme al artículo 335 c) de la Ley de Sociedades de Capital y proceder con los trámites necesarios para el cumplimiento de la normativa aplicable al efecto;
- dar nueva redacción al artículo 5º de los Estatutos Sociales para reflejar la nueva cifra de capital social y el número de acciones de la Sociedad;
- realizar la publicación de los anuncios oportunos;
- comparecer ante el Notario de su elección con el objeto de otorgar la correspondiente escritura de reducción de capital, pudiendo incluso otorgar las escrituras de subsanación, complementarias o aclaratorias que, en su caso, procedan hasta obtener la inscripción de la reducción de capital en el Registro Mercantil así como solicitar, en su caso, del Registrador Mercantil la inscripción parcial;
- remitir las comunicaciones que sea preciso en relación con la reducción de capital a los organismos reguladores competentes, incluyendo las comunicaciones a la Comisión Nacional del Mercado de Valores que sea procedente realizar, y efectuar los trámites y actuaciones que sean necesarios y presentar los documentos que sean precisos ante los organismos competentes para que, una vez se haya producido la amortización de las acciones de la Sociedad y el otorgamiento de la escritura de reducción de capital y su inscripción en el Registro Mercantil, se produzca la exclusión de la negociación de las acciones amortizadas en las Bolsas de Valores

de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) y la cancelación de los correspondientes registros contables así como realizar cuantas actuaciones fueran necesarias o convenientes para la plena efectividad del acuerdo de reducción de capital ante cualesquiera entidades y organismos públicos o privados, españoles y extranjeros, incluidas la de declaración, complemento o subsanación de defectos u omisiones que pudieran impedir y obstaculizar la plena efectividad del acuerdo de reducción de capital.

#### A.9.bis Capital flotante estimado:

	%
<b>Capital Flotante estimado</b>	47,03

A.10 Indique si existe cualquier restricción 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.

Sí  No

A.11 Indique si la junta general ha acordado adoptar medidas de neutralización frente a una oferta pública de adquisición en virtud de lo dispuesto en la Ley 6/2007.

Sí  No

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

A.12 Indique si la sociedad ha emitido valores que no se negocian en un mercado regulado comunitario.

Sí  No

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

## **B JUNTA GENERAL**

B.1 Indique y, en su caso detalle, si existen diferencias con el régimen de mínimos previsto en la Ley de Sociedades de Capital (LSC) respecto al quórum de constitución de la junta general.

Sí  No

	% de quórum distinto al establecido en art. 193 LSC para supuestos generales	% de quórum distinto al establecido en art. 194 LSC para los supuestos especiales del art. 194 LSC
Quórum exigido en 1ª convocatoria	50,00%	0,00%
Quórum exigido en 2ª convocatoria	0,00%	0,00%

#### **Descripción de las diferencias**

Para la válida constitución de la Junta General los estatutos sociales de Mediaset establecen la necesidad de que los accionistas presentes o representados sean titulares de al menos el cincuenta por ciento del capital social con derecho a voto, en lugar del veinticinco por ciento que exige la Ley de Sociedades de Capital.

Los porcentajes exigidos en segunda convocatoria coinciden con lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital.

El quórum exigido en primera y segunda convocatoria por el artículo 25 de los Estatutos Sociales para que la Junta General pueda acordar válidamente la emisión de obligaciones, el aumento o reducción del capital, la transformación, fusión o escisión de la sociedad y, en general cualquier modificación de los estatutos sociales coincide con el establecido en el artículo 194 de la Ley de Sociedades de Capital.

**B.2 Indique y, en su caso, detalle si existen diferencias con el régimen previsto en la Ley de Sociedades de Capital (LSC) para la adopción de acuerdos sociales:**

Sí  No

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

**B.3 Indique las normas aplicables a la modificación de los estatutos de la sociedad. En particular, se comunicarán las mayorías previstas para la modificación de los estatutos, así como, en su caso, las normas previstas para la tutela de los derechos de los socios en la modificación de los estatutos .**

Para la modificación de los artículos de los estatutos sociales, la Junta General quedará válidamente constituida en primera convocatoria cuando los accionistas, presentes o representados, posean al menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito con derecho a voto. En segunda convocatoria será válida la constitución cualquiera que sea el capital que concurra a la misma.

Si la Junta está llamada a deliberar sobre modificaciones estatutarias será necesaria, en primera convocatoria, la concurrencia de accionistas que representen, al menos, el cincuenta (50%) por ciento del capital social suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria, será suficiente la concurrencia del veinticinco (25%) por ciento.

Asimismo, en los casos en los que se ha propuesto una modificación de los estatutos sociales, se ha puesto a disposición de los accionistas un informe explicativo de las modificaciones propuestas elaborado por el Consejo de Administración. Señalar que hasta la fecha nunca se ha propuesto una modificación estatutaria que pudiera perjudicar a una clase de acciones, pero en el caso de ser así se aplicarían las medidas establecidas en la Ley para tutelar los derechos de los socios.

**B.4 Indique los datos de asistencia en las juntas generales celebradas en el ejercicio al que se refiere el presente informe y los del ejercicio anterior:**

Fecha junta general	Datos de asistencia				Total
	% de presencia física	% en representación	% voto a distancia		
			Voto electrónico	Otros	
13/04/2016	55,29%	26,79%	0,00%	1,36%	83,44%
27/04/2017	51,04%	29,11%	0,00%	1,18%	81,33%

**B.5 Indique si existe alguna restricción estatutaria que establezca un número mínimo de acciones necesarias para asistir a la junta general:**

Sí  No

**B.6 Apartado derogado.**

**B.7 Indique la dirección y modo de acceso a la página web de la sociedad a la información sobre gobierno corporativo y otra información sobre las juntas generales que deba ponerse a disposición de los accionistas a través de la página web de la Sociedad.**

Toda la información sobre los temas de gobierno corporativo así como sobre las Juntas Generales celebradas y por celebrar, está accesible a todos nuestros accionistas en la página web de la compañía y es accesible a través del siguiente enlace: <http://www.mediaset.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:

<b>Número máximo de consejeros</b>	19
<b>Número mínimo de consejeros</b>	11

### C.1.2 Complete el siguiente cuadro con los miembros del consejo:

<b>Nombre o denominación social del consejero</b>	<b>Representante</b>	<b>Categoría del consejero</b>	<b>Cargo en el consejo</b>	<b>Fecha Primer nomb.</b>	<b>Fecha Último nomb.</b>	<b>Procedimiento de elección</b>
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET		Otro Externo	PRESIDENTE	15/05/1996	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO		Independiente	CONSEJERO	01/04/2009	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS		Ejecutivo	SECRETARIO CONSEJERO	09/04/2014	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON GIUSEPPE TRINGALI		Dominical	VICEPRESIDENTE	29/03/2004	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON GIULIANO ADREANI		Dominical	CONSEJERO	26/09/2001	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON ALFREDO MESSINA		Dominical	CONSEJERO	30/06/1995	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON FEDELE CONFALONIERI		Dominical	VICEPRESIDENTE	21/12/2000	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MARCO GIORDANI		Dominical	CONSEJERO	07/05/2003	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON PAOLO VASILE		Ejecutivo	CONSEJERO DELEGADO	29/03/1999	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MASSIMO MUSOLINO		Ejecutivo	CONSEJERO	09/04/2008	17/04/2013	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL		Independiente	CONSEJERO	20/12/2017	20/12/2017	COOPTACION
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL		Independiente	CONSEJERO	20/12/2017	20/12/2017	COOPTACION
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO		Independiente	CONSEJERO	20/12/2017	20/12/2017	COOPTACION

<b>Número total de consejeros</b>	13
-----------------------------------	----

Indique los ceses que se hayan producido en el consejo de administración durante el periodo sujeto a información:

<b>Nombre o denominación social del consejero</b>	<b>Categoría del consejero en el momento de cese</b>	<b>Fecha de baja</b>
DON ANGEL DURÁNDEZ ADEVA	Independiente	20/12/2017
DON FRANCISCO DE BORJA PRADO EULATE	Independiente	20/12/2017
DON JOSÉ RAMÓN ÁLVAREZ RENDUELES	Independiente	20/12/2017

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

### **CONSEJEROS EJECUTIVOS**

Nombre o denominación social del consejero	Cargo en el organigrama de la sociedad
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Director General Corporativo
DON PAOLO VASILE	Consejero Delegado
DON MASSIMO MUSOLINO	Director General de Gestión y Operaciones

Número total de consejeros ejecutivos	3
% sobre el total del consejo	23,08%

### **CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES**

Nombre o denominación social del consejero	Nombre o denominación del accionista significativo a quien representa o que ha propuesto su nombramiento
DON GIUSEPPE TRINGALI	MEDIASET SPA
DON GIULIANO ADREANI	MEDIASET SPA
DON ALFREDO MESSINA	MEDIASET SPA
DON FEDELE CONFALONIERI	MEDIASET SPA
DON MARCO GIORDANI	MEDIASET SPA

Número total de consejeros dominicales	5
% sobre el total del consejo	38,46%

### **CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES**

**Nombre o denominación del consejero:**

DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO

**Perfil:**

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Católica de Buenos Aires y PADE por el IESE.  
 Consejera de Prosegur desde 1997 y Presidente desde 2004  
 Presidente de la Fundación Prosegur desde 1997  
 Presidente de Euroforum desde 2004  
 Consejera del Banco Popular Español desde 2007 hasta 2017  
 Consejera de Endesa S.A. desde 2014

**Nombre o denominación del consejero:**

DON JAVIER DIEZ DE POLANCO

**Perfil:**

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

**Nombre o denominación del consejero:**

DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL

**Perfil:**

Doctora en Biología Molecular, Centro Nacional de Biología Molecular Severo Ochoa. Completó su formación académica con un MBA por el IESE Business School de la Universidad de Navarra. Ha sido Profesora ayudante en la Universidad Autónoma de Madrid. Vicepresidenta Ejecutiva y Directora Financiera del Grupo Amasua, Presidenta de la Asociación de Empresas Biotecnológicas (ASEBIO) y miembro de la Junta directiva de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Desde el año 2008 al 2011 fue Ministra de Ciencia e Innovación en la IX Legislatura de España. Tras su salida del Gobierno, retomó sus responsabilidades en las empresas que ella misma fundó o ha fundado recientemente, como Ysios Capital Partnes, SGCR, la biotecnológica hispano-alemana Sygnis, la hispano-norteamericana Satlantis Microsats, y Science & Innovation Link Office, S.L..

Es presidenta de la Fundación COTEC y patrona de Fundaciones como Fundación Pelayo y Fundación SEPI. También forma parte del Consejo de administración de empresas no cotizadas como Pelayo Mutua de seguros y Everis.

Actualmente, es asesora de la Comisión Europea como miembro del High Level Group (HLG), que ha formulado las recomendaciones para el diseño del IX Programa Marco (2021-2027) de la Unión Europea.

Ha sido ponente en numerosas ocasiones en Universidades, escuelas de negocios y convenciones empresariales, en temas de su competencia, y Jurado en los Premios Princesa de Asturias de Investigación científica y técnica y Rey Jaime I.

Su labor y visión emprendedora ha sido reconocida en distintas ocasiones con premios a la investigación e innovación empresarial.

**Nombre o denominación del consejero:**

DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL

**Perfil:**

Estudios Ciencias Biológicas UB  
Master en Cooperación internacional en el marco de UN. UPV  
Presidenta UNICEF PV 1993-2005  
Miembro Consejo de Gobierno UD 2001-2017 Ponente en los Masters de Cooperación Internacional UB,UPV,U. COMPLUTENSE, 2000-2016  
Miembro diversos jurados Premios RSC 2003-16 Presidente UNICEF España 2005-2014  
Miembro Jurado Premios Príncipe Asturias a la Cooperación Internacional 2007-2010  
Consejera Independiente de Acciona y miembro de Comité de Sostenibilidad 2008-2014 Consejera independiente Tubacex y miembro 1le su comité de NyR desde 2009  
Patrono Fundación TUBACEX desde 2016 Consejera de la Deusto Business School desde 2014  
Patrona Oxfam Intermon desde 2014  
Patrona Fundación Boscana desde 2015  
Fundadora y Vicepresidenta de la Asociación Circulo de Orellana desde 2015  
Miembro Consejo Asesor de la Fundación Princesa de Girona desde 2017  
Consejera independiente de Mediaset España desde 2017  
De 2010 a 2014 figuró entre las TOP 100 mujeres lideres en España y entre los 100 primeros directivos del Informe Merco sobre Reputación Corporativa.

<b>Número total de consejeros independientes</b>	4
<b>% total del consejo</b>	30,77%

Indique si algún consejero calificado como independiente percibe de la sociedad, o de su mismo grupo, cualquier cantidad o beneficio por un concepto distinto de la remuneración de consejero,

o mantiene o ha mantenido, durante el último ejercicio, una relación de negocios con la sociedad o con cualquier sociedad de su grupo, ya sea en nombre propio o como accionista significativo, consejero o alto directivo de una entidad que mantenga o hubiera mantenido dicha relación.

Ningún 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.

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.

### **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:**

DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET

#### **Sociedad, directivo o accionista con el que mantiene el vínculo:**

DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET - NO APLICABLE

#### **Motivos:**

Presidente del Consejo de Administración de Mediaset España Comunicación, S.A. desde mayo de 1996, Alejandro Echevarría nació en Bilbao 1942. Es licenciado en Ciencias Empresariales por la Escuela Superior de Técnicos de Empresa de San Sebastián (Universidad de Deusto).

Ha sido Consejero Delegado de El Correo Español–El Pueblo Vasco, dando lugar al nacimiento del Grupo Correo, posteriormente Grupo Correo-Prensa Española y actualmente Grupo Vocento. En la actualidad es Consejero de los periódicos El Diario Vasco, El Diario Montañés y Diario El Correo, así como de las empresas Endesa, CVNE y Willis.

Es asimismo Presidente de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA), Vicepresidente de la Deusto Business School, miembro del jurado de los Premios Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades, patrono de las Fundaciones Novia Salcedo y Ayuda contra la Drogadicción y Vicepresidente del Foro para la Contratación Pública Socialmente Responsable.

Ha sido reconocido, además, con diversos galardones: Mejor Empresario Vasco (1998), Mejor Gestión Empresarial (revista Futuro 1998), Premio Valores de Empresa en Medios de Comunicación, y otros tantos.

<b>Número total de otros consejeros externos</b>	<b>1</b>
<b>% total del consejo</b>	<b>7,69%</b>

Indique las variaciones que, en su caso, se hayan producido durante el periodo en la categoría de cada consejero:

C.1.4 Complete el siguiente cuadro con la información relativa al número de consejeras durante los últimos 4 ejercicios, así como el carácter de tales consejeras:

	<b>Número de consejeras</b>				<b>% sobre el total de consejeros de cada tipología</b>			
	<b>Ejercicio 2017</b>	<b>Ejercicio 2016</b>	<b>Ejercicio 2015</b>	<b>Ejercicio 2014</b>	<b>Ejercicio 2017</b>	<b>Ejercicio 2016</b>	<b>Ejercicio 2015</b>	<b>Ejercicio 2014</b>
<b>Ejecutiva</b>	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

	Número de consejeras				% sobre el total de consejeros de cada tipología			
	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016	Ejercicio 2015	Ejercicio 2014	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016	Ejercicio 2015	Ejercicio 2014
<b>Dominical</b>	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Independiente</b>	3	1	1	1	75,00%	25,00%	25,00%	25,00%
<b>Otras Externas</b>	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Total:</b>	3	1	1	1	23,08%	7,69%	7,69%	7,69%

C.1.5 Explique las medidas que, en su caso, se hubiesen adoptado para procurar incluir en el consejo de administración un número de mujeres que permita alcanzar una presencia equilibrada de mujeres y hombres.

**Explicación de las medidas**

El artículo 5 del Reglamento de la Comisión de Nombramientos dispone que una de las funciones que corresponde a dicha Comisión es:

"Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Sociedad a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado".

En aplicación de dicho artículo y a la vista de las 3 vacantes producidas en el seno del Consejo de Administración durante el ejercicio 2017, los órganos de buen gobierno de la compañía han incentivado la selección de consejeras para dichos cargos, recayendo la selección en dos nuevas consejeras.

C.1.6 Explique las medidas que, en su caso, hubiese convenido la comisión de nombramientos para que los procedimientos de selección no adolezcan de sesgos implícitos que obstaculicen la selección de consejeras, y la compañía busque deliberadamente e incluya entre los potenciales candidatos, mujeres que reúnan el perfil profesional buscado:

**Explicación de las medidas**

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones se ha provisto ya, previos los análisis oportunos, de un listado de mujeres que cumplen a la perfección todos los requerimientos para ser nombradas miembros del Consejo de Administración de la Compañía, cuya designación como tales ha sido valorada en el 2017 para cubrir dos de las tres vacantes producidas durante el ejercicio.

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

**Explicación de los motivos**

Como hemos comentado, los órganos de gestión y buen gobierno de la compañía han promovido la selección de consejeras durante el año 2017, pasando de una a tres consejeras con la categoría de independiente, siguiendo así con la política y con la intención manifestada por la sociedad de aumentar la presencia femenina en el Consejo de Administración.

C.1.6 bis Explique las conclusiones de la comisión de nombramientos sobre la verificación del cumplimiento de la política de selección de consejeros. Y en particular, sobre cómo dicha política está promoviendo el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo de administración.

**Explicación de las conclusiones**

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones formula y promueve la aplicación de la política de selección de consejeros desde su aprobación. El objetivo de la compañía ha sido poder llegar a alcanzar en el año 2020 un número de consejeras

que represente, al menos el 30% del total de los miembros del Consejo de Administración. Tras los últimos nombramientos aprobados en el año 2017, la presencia de consejeras es de un 23%.

C.1.7 Explique la forma de representación en el consejo de los accionistas con participaciones significativas.

La composición del Consejo de Administración de Mediaset es un reflejo de su accionariado en el que el mayor accionista significativo, la sociedad Mediaset Spa, está representado en el Consejo de Administración por cinco consejeros.

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:

Indique si no se han atendido peticiones formales de presencia en el consejo procedentes de accionistas cuya participación accionarial es igual o superior a la de otros a cuya instancia se hubieran designado consejeros dominicales. En su caso, explique las razones por las que no se hayan atendido:

Sí

No

C.1.9 Indique si algún consejero ha cesado en su cargo antes del término de su mandato, si el mismo ha explicado sus razones y a través de qué medio, al consejo, y, en caso de que lo haya hecho por escrito a todo el consejo, explique a continuación, al menos los motivos que el mismo ha dado:

**Nombre del consejero:**

DON ANGEL DURÁNDEZ ADEVA

**Motivo del cese:**

El Sr. Durández presentó su dimisión como consejero de Mediaset España el día 20 de diciembre mediante carta remitida al Consejo de Administración al haber superado el plazo de 12 años establecido para que los consejeros independientes puedan desempeñar su cargo como consejero, siguiendo así las indicaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

**Nombre del consejero:**

DON FRANCISCO DE BORJA PRADO EULATE

**Motivo del cese:**

El Sr. Prado presentó su dimisión como consejero de Mediaset España el día 20 de diciembre mediante carta remitida al Consejo de Administración al haber superado el plazo de 12 años establecido para que los consejeros independientes puedan desempeñar su cargo como consejero, siguiendo así las indicaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

**Nombre del consejero:**

DON JOSÉ RAMÓN ÁLVAREZ RENDUELES

**Motivo del cese:**

El Sr. Álvarez-Rendueles presentó su dimisión como consejero de Mediaset España el día 20 de diciembre mediante carta remitida al Consejo de Administración al haber superado el plazo de 12 años establecido

para que los consejeros independientes puedan desempeñar su cargo como consejero, siguiendo así las indicaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

C.1.10 Indique, en el caso de que exista, las facultades que tienen delegadas el o los consejero/s delegado/s:

**Nombre o denominación social del consejero:**

DON PAOLO VASILE

**Breve descripción:**

Consejero Delegado Solidario: tiene delegadas todas las facultades legal y estatuariamente delegables.

C.1.11 Identifique, en su caso, a los miembros del consejo que asuman cargos 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	Sogecable Editorial, SLU	Administrador Único	SI
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Mediacinco Cartera, SLU	Secretario Consejero	NO
DON PAOLO VASILE	Publiespaña, SAU	Presidente y 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 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	Concursos Multiplataformas, SAU	Administrador Único	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 Consejero Delegado	SI

C.1.12 Detalle, en su caso, los consejeros de su sociedad que sean miembros del consejo de administración de otras entidades cotizadas en mercados oficiales de valores distintas de su grupo, que hayan sido comunicadas a la sociedad:

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social de la entidad del grupo	Cargo
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	Endesa, SA	CONSEJERO
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	Prosegur Compañía de Seguridad, SA	PRESIDENTE

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social de la entidad del grupo	Cargo
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	Endesa, SA	CONSEJERO
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	Tubacex, SA	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Compañía de Distribución Integral Logista Holdings, S.A	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Corporación Financiera Alba, SA	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Gas Natural Fenosa SDG, S.A.	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Sygnis AG	CONSEJERO

C.1.13 Indique y, en su caso explique, si la sociedad ha establecido reglas sobre el número de consejos de los que puedan formar parte sus consejeros:

Sí  No

**Explicación de las reglas**

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 de Consejos de Administración de los que pueden formar parte es inferior al del resto de otras categorías limitándose a su vez el número de Consejos de los que pueden formar parte dentro de las sociedades del Grupo Mediaset.

En cuanto a las reglas aplicables a los consejeros independientes su participación en otros Consejos de Administración se asocia a la condición que ostenten en los mismos, distinguiendo si son dominicales, ejecutivos o independientes, variando los límites en función de los mismos.

Se establece asimismo el compromiso de los consejeros de comunicar a Mediaset España cualquier nombramiento o modificación con respecto a la información que se haya notificado a la Sociedad a la mayor brevedad posible.

C.1.14 Apartado derogado.

C.1.15 Indique la remuneración global del consejo de administración:

Remuneración del consejo de administración (miles de euros)	5.353
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

C.1.16 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
DON SALVADOR FIGUEROS HERNÁNDEZ	DIRECTOR MARKETING
DON ANGEL JUAN PABLO LÓPEZ	DIRECTOR COMERCIAL PUBLIESPAÑA
DON YAGO CASTILLO DE VIVERO	DIRECTOR COMERCIAL PUBLIESPAÑA
DON LÁZARO GARCÍA HERRERO	DIRECTOR MARKETING CORPORATIVO
DON LUIS EXPÓSITO RODRÍGUEZ	DIRECTOR DIVISIÓN RRHH Y SERVICIOS

Nombre o denominación social	Cargo
DON LEONARDO BALTANÁS RAMÍREZ	DIRECTOR DIVISIÓN PRODUCCIÓN
DON JUAN PEDRO VALENTÍN PADÍN	DIRECTOR DIVISIÓN INFORMATIVOS
DOÑA PATRICIA MARCO JORGE	DIRECTOR DIVISIÓN DE ANTENA
DON JULIO MADRID DEL OLMO	DIRECTOR
DOÑA MIRTA DRAGOEVICH FRAERMAN	DIRECTOR DIVISION COMUNIC.
DOÑA CRISTINA PANIZZA MIEZA	DIRECTORA DE OPERACIONES SERVICIOS VENTAS DE PUBLIESPAÑA
DON PEDRO MARÍA PIQUERAS GÓMEZ	DIRECTOR DIVISIÓN INFORMATIVOS
DON ALVARO AUGUSTIN REGAÑÓN	DIRECTOR GENERAL T5 CINEMA
DON FRANCISCO JAVIER URÍA IGLESIAS	DIRECTOR DIVISIÓN ECONÓMICO FINANCIERA
DON JOSÉ LUIS VILLALEGRE	DIRECTOR COMERCIAL
DON MANUEL VILLANUEVA DE CASTRO	DIRECTOR GENERAL CONTENIDOS
DON FRANCISCO ALÚM LÓPEZ	DIRECTOR GENERAL PUBLIESPAÑA
DON ÁNGEL SANTAMARÍA BARRIO	DIRECTOR AUDITORIA INTERNA
DON EUGENIO FERNÁNDEZ ARANDA	DIRECTOR DIVISIÓN TECNOLOGÍAS
DON GHISLAIN BARROIS	DIRECTOR DIVISIÓN CINE Y ADQUISICIÓN DE DERECHOS
DON GIUSEPPE SILVESTRONI	DIRECTOR DE DIVISIÓN DE PRODUCCIONES
DON JAIME GUERRA GONZÁLEZ	DIRECTOR DIVISIÓN PRODUCCIÓN

Remuneración total alta dirección (en miles de euros)	8.029
---	-------

C.1.17 Indique, en su caso, la identidad de los miembros del consejo que sean, a su vez, miembros del consejo de administración de sociedades de accionistas significativos y/o en entidades de su grupo:

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social del accionista significativo	Cargo
DON GIULIANO ADREANI	MEDIASET SPA	CONSEJERO
DON FEDELE CONFALONIERI	MEDIASET SPA	PRESIDENTE
DON MARCO GIORDANI	MEDIASET SPA	CONSEJERO

Detalle, en su caso, las relaciones relevantes distintas de las contempladas en el epígrafe anterior, de los miembros del consejo de administración que les vinculen con los accionistas significativos y/o en entidades de su grupo:

C.1.18 Indique si se ha producido durante el ejercicio alguna modificación en el reglamento del consejo:

Sí  No

Descripción modificaciones
----------------------------

El Consejo de Administración ha valorado la modificación del Reglamento del Consejo de Administración, al objeto de terminar de adecuar sus textos a las últimas novedades normativas y recomendaciones de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, concretamente: a las novedades introducidas en la Ley de Sociedades de Capital por la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, por el RD-ley 18/2017, de 24 de noviembre, en materia de información no financiera y diversidad.

Dichas propuestas de modificación serán presentadas a la Junta General de Accionistas prevista para el primer semestre el año 2018, de acuerdo con la legislación aplicable.

En relación a las modificaciones propuestas tan sólo afectan a los artículos 9 (Composición Cualitativa del Consejo de Administración), 21 (La Comisión de Auditoría y Cumplimiento) y 22 (La Comisión de Nombramientos y Retribuciones).

### C.1.19 Indique los procedimientos de selección, nombramiento, reelección, evaluación y remoción de los consejeros. Detalle los órganos competentes, los trámites a seguir y los criterios a emplear en cada uno de los procedimientos.

Los procedimientos de nombramiento, reelección, evaluación y remoción de los consejeros están establecidos en los Estatutos Sociales, en el Reglamento del Consejo de Administración y en el de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Los órganos competentes son: (i) Junta General, (ii) Consejo de Administración y (iii) Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

Nombramiento y Reelección:

- Para ser consejero no es necesario ser accionista de Mediaset España.
- El nombramiento de los consejeros independientes está limitado a 12 años.
- Para el caso de los Presidentes de las Comisiones de Auditoría y Nombramientos y retribuciones el plazo máximo durante el que pueden ejercer su cargo es de cuatro (4) años.
- El número de consejeros lo fija la Junta General, en la actualidad está fijado en 13 miembros.
- No podrán ser nombrados consejeros: (i) las sociedades, nacionales o extranjeras, del sector audiovisual competidoras y sus administradores o altos directivos, salvo que dichas sociedades formen parte del mismo grupo al que pertenece Mediaset España, (ii) tampoco las personas que estén incurso en cualquier otro supuesto de incompatibilidad o prohibición regulado en disposiciones de carácter general.
- Tanto el nombramiento como el cese del Secretario y del Vicesecretario deberá ser informado por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y deberá ajustarse a las definiciones recogidas en los Estatutos Sociales y en el Reglamento del Consejo de Administración.
- Existe la obligación por parte de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de asegurarse de que a la hora de proveer vacantes no existan dificultades para seleccionar a consejeras.

El procedimiento de nombramiento, reelección y remoción de los consejeros de Mediaset España se inicia en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. El artículo 5 del Reglamento establece la obligación de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de:

- Proteger la integridad del proceso de selección de Consejeros y altos ejecutivos, definiendo el perfil (conocimientos, experiencia y aptitudes) de los candidatos y, en particular, hacer propuestas al Consejo para el nombramiento y cese de Consejeros, bien por cooptación, bien por propuesta del Consejo a la Junta General de accionistas, y proponer al Consejo los miembros que deben pertenecer a cada una de las Comisiones. En el caso de los consejeros independientes, su nombramiento se hará a propuesta de la Comisión.
- Asesorar al Consejo de Administración en la sucesión del Presidente y primeros ejecutivos de la Compañía, formulando las sugerencias que estime oportunas.
- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de Mediaset España.

- Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Compañía a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.

- Asesorar al Consejo de Administración sobre el cese y proponer el nombramiento del Secretario y del Vicesecretario, en su caso.

Una vez formulado el preceptivo Informe, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones eleva sus propuestas al Consejo de Administración. De este modo, las propuestas de nombramiento de consejeros que el Consejo de Administración somete a la consideración de la Junta General y las decisiones de nombramiento que adopte el Consejo, en virtud de las facultades de cooptación que tiene atribuidas, están precedidas del correspondiente informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Cuando el Consejo se aparte de las recomendaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones habrá de motivar las razones de su proceder y dejar constancia en acta de sus razones.

En este sentido, el Consejo de Administración y, dentro del ámbito de sus competencias, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, procurarán que las propuestas de candidatos que se eleven a la Junta General, y los nombramientos que realice directamente para cubrir las vacantes en ejercicio de sus facultades de cooptación, recaigan sobre personas de reconocida solvencia, competencia y experiencia, especialmente en el caso de nombramiento de consejero independiente. En todo caso, es necesario que se incluya una descripción de la experiencia profesional de los candidatos destacando las circunstancias que justifiquen su nombramiento como independiente.

El Consejo de Administración procurará que en la composición del mismo los consejeros externos o no ejecutivos representen una mayoría sobre los consejeros ejecutivos y que dentro de aquéllos haya un número razonable de consejeros independientes. El Consejo procurará igualmente que dentro del grupo mayoritario de los consejeros externos se integren los consejeros dominicales e independientes.

La decisión final corresponde a la Junta General, quedando a salvo la designación mediante el sistema proporcional recogido en la Ley de Sociedades de Capital, a propuesta del Consejo de Administración y previo informe y asesoramiento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. No existen en los Estatutos Sociales de Mediaset España mayorías reforzadas.

Cese de los consejeros:

Además de en los casos previstos en la Ley, los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración en los casos que se enumeran en el apartado C.1.21 siguiente del presente Informe.

En este caso los órganos competentes y el proceso es similar, se inicia en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, posteriormente interviene el Consejo de Administración y finalmente la Junta General de accionistas.

**C.1.20 Explique en qué medida la evaluación anual del consejo ha dado lugar a cambios importantes en su organización interna y sobre los procedimientos aplicables a sus actividades:**

Descripción modificaciones
----------------------------

El procedimiento de autoevaluación del Consejo de Administración, de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y de la de Nombramientos y Retribuciones, se ha realizado puntualmente durante el ejercicio 2017. Al igual que en años anteriores, el procedimiento de autoevaluación ha partido de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y se ha llevado a cabo mediante la elaboración de un cuestionario al que los consejeros han dado respuesta.

El proceso de evaluación anual del Consejo de Administración no ha dado lugar a cambios significativos debido al proceso de mejora que se lleva realizando desde hace varios años. Sí se ha puesto de manifiesto la posibilidad de implementar nuevos sistemas informáticos de envío y recepción de la documentación entre los consejeros y Mediaset España. Dicha recomendación será analizada durante el ejercicio 2018.

**C.1.20.bis 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 de la diversidad en su composición y competencias, del funcionamiento y la composición de sus comisiones, del desempeño del presidente del consejo de administración y del primer ejecutivo de la sociedad y del desempeño y la aportación de cada consejero.**

La evaluación anual del Consejo de Administración y de las Comisiones de la Compañía se añade a la que se viene realizando sobre el primer ejecutivo de Mediaset España, cumpliendo así con la normativa legal y con las recomendaciones de gobierno corporativo. En la evaluación han participado la totalidad de los consejeros.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha supervisado la elaboración de un formulario de autoevaluación anual, tanto del Consejo de Administración, como de sus Comisiones.

Dicho formulario ha sido propuesto al Consejo de Administración para su aprobación y, tras ello, ha sido repartido entre todos y cada de los Consejeros para que procedan a su cumplimentación durante un plazo otorgado a tal fin.

Una vez cumplimentado, el formulario ha sido remitido por cada consejero al Secretario del Consejo de Administración que, con base en las valoraciones contenidas en cada uno de los formularios recibidos, y manteniendo el anonimato de los mismos, ha confeccionado un Informe final en el que aparecen, acumuladas, las valoraciones efectuadas por los Consejeros, así como sus comentarios sobre cualesquiera cuestiones que hayan tenido por conveniente.

Para definir los puntos que iban a ser evaluados se ha realizado una selección de los principales aspectos relacionados con el funcionamiento del Consejo de Administración, al que se le ha aplicado un sistema de valoración. En este sentido, y en relación con el Consejo de Administración, se ha sometido a evaluación hasta un total de 12 puntos diferentes relacionados con su funcionamiento.

En cuanto a la evaluación de las Comisiones, el esquema seguido ha sido paralelo al del Consejo de Administración: se han definido los puntos importantes que afectan al desarrollo, funcionamiento y desempeño de las funciones, sometiéndose a una puntuación.

La evaluación del primer ejecutivo de la compañía tal y como viene sucediendo en ejercicios anteriores, ha sido liderada desde la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, responsable de la evaluación de su desempeño.

La evaluación realizada en el ejercicio 2017 se ha llevado a cabo en colaboración con un consultor externo, especializado en la materia, el despacho de abogados Ramón y Cajal.

**C.1.20.ter Desglose, en su caso, las relaciones de negocio que el consultor o cualquier sociedad de su grupo mantengan con la sociedad o cualquier sociedad de su grupo.**

El consultor externo que ha colaborado en el proceso de evaluación de los órganos de gobierno de la compañía no mantiene ni ha mantenido en ningún momento una relación de negocio con la sociedad o con su grupo.

**C.1.21 Indique los supuestos en los que están obligados a dimitir los consejeros.**

De conformidad con la regulación establecida en el artículo 13 de Reglamento del Consejo de Administración, los consejeros cesarán en su cargo cuando lo decida la Junta General, cuando notifiquen su renuncia o dimisión a la sociedad y cuando

haya transcurrido el período para el que fueron nombrados. Los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración y formalizar, si éste lo considera conveniente, la correspondiente dimisión en los siguientes casos:

(a) Cuando alcancen la edad de 85 años. El cese como consejero y en el cargo se producirá en la primera sesión del Consejo de Administración que tenga lugar después de celebrada la Junta General de accionistas que apruebe las cuentas del ejercicio en que el consejero cumpla la edad referida.

(b) Cuando cesen en los puestos ejecutivos a los que estuviere asociado su nombramiento como consejero;

(c) Cuando se vean incurso en alguno de los supuestos de incompatibilidad o prohibición aplicables;

(d) Cuando resulten gravemente amonestados por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones por haber infringido sus obligaciones como consejeros;

(e) Cuando su permanencia en el Consejo pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de Mediaset España.

(f) Cuando el accionista al que representan venda íntegramente o rebaje su participación en Mediaset España por debajo del umbral correspondiente; en este último caso, el número de dimisiones será proporcional a la reducción en la participación accionarial;

En el caso de que una persona física representante de una persona jurídica Consejero incurriera en alguno de los supuestos previstos en el apartado 3, aquella quedará inhabilitada para ejercer dicha representación.

El Consejo de Administración podrá proponer el cese de algún consejero independiente antes de que finalice el periodo estatutario para el que hubiera sido nombrado únicamente en el caso en que concurra justa causa, considerándose como tal cuando el consejero hubiera incumplido los deberes inherentes a su cargo o incurrido en alguna de las causas contempladas en el Reglamento que impidiesen su nombramiento como consejero independiente.

#### C.1.22 Apartado derogado.

#### C.1.23 ¿Se exigen mayorías reforzadas, distintas de las legales, en algún tipo de decisión?:

Sí

No

En su caso, describa las diferencias.

#### C.1.24 Explique si existen requisitos específicos, distintos de los relativos a los consejeros, para ser nombrado presidente del consejo de administración.

Sí

No

#### C.1.25 Indique si el presidente tiene voto de calidad:

Sí

No

#### C.1.26 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo establecen algún límite a la edad de los consejeros:

Sí

No

Edad límite presidente: 85

Edad límite consejero delegado: 85

Edad límite consejero: 85

C.1.27 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo establecen un mandato limitado para los consejeros independientes, distinto al establecido en la normativa:

Sí

No

C.1.28 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo de administración establecen normas específicas para la delegación del voto en el consejo de administración, 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.1.29 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	7
Número de reuniones del consejo sin la asistencia del presidente	0

Si el presidente es consejero ejecutivo, indíquese el número de reuniones realizadas, sin asistencia ni representación de ningún consejero ejecutivo y bajo la presidencia del consejero coordinador

Número de reuniones	0
---------------------	---

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

Comisión	Nº de Reuniones
Comisión Ejecutiva	3
Comisión de Auditoría y Cumplimiento	5
Comisión de Nombramientos y Retribuciones	2

C.1.30 Indique el número de reuniones que ha mantenido el consejo de Administración durante el ejercicio con la asistencia de todos sus miembros. En el cómputo se considerarán asistencias las representaciones realizadas con instrucciones específicas:

Número de reuniones con las asistencias de todos los consejeros	5
% de asistencias sobre el total de votos durante el ejercicio	71,43%

C.1.31 Indique si están previamente certificadas las cuentas anuales individuales y consolidadas que se presentan al consejo para su aprobación:

Sí

No

Identifique, en su caso, a la/s persona/s que ha/han certificado las cuentas anuales individuales y consolidadas de la sociedad, para su formulación por el consejo:

**C.1.32 Explique, si los hubiera, los mecanismos establecidos por el consejo de Administración para evitar que las cuentas individuales y consolidadas por él formuladas se presenten en la junta general con salvedades en el informe de auditoría.**

Los mecanismos que se han establecido en Mediaset España para evitar que las cuentas anuales individuales y consolidadas se presenten a nuestros accionistas con salvedades son varios y afectan a todos los niveles de la compañía. La división económico-financiera es la encargada de la preparación de las cuentas anuales, individuales y consolidadas, de los estados financieros, desgloses e información individual tanto de Mediaset como de su Grupo.

En el siguiente mecanismo de control, se encuentran las reuniones preparatorias que se celebran con el auditor externo de Mediaset España con el objetivo de informar sobre el estado en que se encuentra al trabajo de revisión, si ha habido incidencias, es necesario completar información, etc. A estas reuniones asisten los consejeros independientes que forman parte de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, el Director General de Gestión y Operaciones, Director Financiero, de Consolidación, así como el Director General Corporativo y el de auditoría interna. En el año 2017 se celebraron cinco reuniones preparatorias con estas características.

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 2017 la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se ha reunido en cinco ocasiones, coincidiendo con la formulación de los estados contables anuales, trimestrales y semestrales.

Antes de 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.1.33 ¿El secretario del consejo tiene la condición de consejero?**

Sí

No

Si el secretario no tiene la condición de consejero complete el siguiente cuadro:

**C.1.34 Apartado derogado.**

**C.1.35 Indique, si los hubiera, los mecanismos establecidos por la sociedad para preservar la independencia de los auditores externos, de los analistas financieros, de los bancos de inversión y de las agencias de calificación.**

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.mediaset.es/inversores/es/>) tanto en castellano como en inglés.

C.1.36 Indique si durante el ejercicio la Sociedad ha cambiado de auditor externo. En su caso identifique al auditor entrante y saliente:

Sí

No

Auditor saliente	Auditor entrante
Ernst&Young, S.L.	Deloitte, S.L.

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

Sí

No

C.1.37 Indique si la firma de auditoría realiza otros trabajos para la sociedad y/o su grupo distintos de los de auditoría y en ese caso declare el importe de los honorarios recibidos por dichos trabajos y el porcentaje que supone sobre los honorarios facturados a la sociedad y/o su grupo:

Sí

No

	Sociedad	Grupo	Total
Importe de otros trabajos distintos de los de auditoría (miles de euros)	66	0	66
Importe trabajos distintos de los de auditoría / Importe total facturado por la firma de auditoría (en %)	34,74%	0,00%	24,26%

C.1.38 Indique si el informe de auditoría de las cuentas anuales del ejercicio anterior presenta reservas o salvedades. En su caso, indique las razones dadas por el presidente del comité de auditoría para explicar el contenido y alcance de dichas reservas o salvedades.

Sí

No

C.1.39 Indique el número de ejercicios que la firma actual de auditoría lleva de forma ininterrumpida realizando la auditoría de las cuentas anuales de la sociedad y/o su grupo. 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:

	Sociedad	Grupo
Número de ejercicios ininterrumpidos	1	1
Nº de ejercicios auditados por la firma actual de auditoría / Nº de ejercicios que la sociedad ha sido auditada (en %)	4,54%	4,54%

C.1.40 Indique y, en su caso detalle, si existe un procedimiento para que los consejeros puedan contar con asesoramiento externo:

Sí  No

**Detalle el procedimiento**

El Reglamento del Consejo de Administración (artículo 30) y el de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento (artículo 6) establecen los mecanismos para que cualquier consejero pueda solicitar asesoramiento externo.

El consejero que desee ser auxiliado en el ejercicio de sus funciones podrá solicitar la contratación de asesores legales, contables, técnicos, financieros, comerciales o de cualquier otra índole con cargo a Mediaset España.

La contratación de asesores externos estará limitada al asesoramiento sobre problemas concretos de cierto relieve y complejidad.

El mecanismo establecido se inicia mediante una solicitud del consejero canalizada a través del Presidente o del Secretario del Consejo de Administración. Dicha solicitud únicamente podrá ser denegada cuando concurran causas que así lo justifiquen, incluyendo las siguientes:

- (a) Si la solicitud y auxilio de expertos no resultaren necesarios para el cabal desempeño de las funciones encomendadas a los consejeros.
- (b) Si el coste asociado al auxilio de expertos no resultare razonable, a la vista de la importancia del problema y de la situación financiera de Mediaset.
- (c) Si la asistencia técnica que se recabare pudiera ser dispensada adecuadamente por expertos y técnicos de Mediaset España.
- (d) Si, por razones de confidencialidad, resultare desaconsejable que el experto en cuestión acceda a información sensible.

C.1.41 Indique y, en su caso detalle, si existe un procedimiento para que los consejeros puedan contar con la información necesaria para preparar las reuniones de los órganos de administración con tiempo suficiente:

Sí  No

**Detalle el procedimiento**

Antes del cierre del año, el Secretario envía a los consejeros un calendario de las reuniones junto con la relación de los asuntos a tratar en las reuniones del Consejo de Administración y de las Comisiones que se celebrarán en el ejercicio siguiente. A partir de ese momento, los consejeros ponen en marcha el procedimiento que se establece en el artículo 29 del Reglamento del Consejo de Administración. Asimismo, el Secretario envía a los consejeros por correo electrónico el orden de día de los asuntos a tratar.

El procedimiento, reforzado por el control directo del Presidente que ha de cuidar que los consejeros reciban con antelación suficiente toda la información necesaria, se inicia desde el momento de la convocatoria: el artículo 24 establece que deberá incluir siempre el orden del día de la sesión y acompañarse de la información relevante debidamente preparada y resumida. La convocatoria y el envío de la información relevante se realizará con cinco (5) días de antelación. En el ejercicio de sus competencias, el Presidente coordina con el Secretario tanto la preparación como el envío del orden del día a todos los consejeros.

Asimismo, en el artículo 29 se amplía el derecho de información de los consejeros no sólo a lo referente al orden del día de las reuniones del Consejo de Administración, sino a cualquier aspecto relacionado con Mediaset España, incluyendo el examen de sus libros registros, documentos y antecedentes de las operaciones societarias. Se recoge también la posibilidad de inspeccionar las instalaciones y el poder de comunicar en cualquier momento con la dirección de la compañía.

Los mecanismos para ejercer las mencionadas facultades de información son canalizadas a través del Presidente, del Consejero Delegado o del Secretario del Consejo de Administración, quienes atenderán las solicitudes facilitando directamente información, ofreciéndole interlocutores adecuados en el nivel de la organización que proceda o arbitrando las medidas para que pueda practicar in situ las diligencias de examen e inspección deseadas.

Los procedimientos para garantizar que los consejeros reciben la información a tiempo, están claramente establecidos en el Reglamento. Adicionalmente, dentro de las obligaciones generales de los consejeros está la de informarse sobre la marcha de Mediaset España y preparar adecuadamente las reuniones del Consejo de Administración y de las Comisiones de las que forme parte.

C.1.42 Indique y, en su caso detalle, si la sociedad ha establecido reglas que obliguen a los consejeros a informar y, en su caso, dimitir en aquellos supuestos que puedan perjudicar al crédito y reputación de la sociedad:

Sí  No

**Explique las reglas**

Los artículos 32 y 35 del reglamento del Consejo de Administración exigen al consejero la obligación de informar a la sociedad de las causas penales en las que aparezcan como imputados y del desarrollo de las mismas.

Asimismo, entre los supuestos en los que los consejeros deberán cesar en su cargo se encuentra el caso en el que se permanencia en el Consejo de Administración pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o a través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de Mediaset España.

C.1.43 Indique si algún miembro del consejo de administración ha informado a la sociedad que ha resultado procesado o se ha dictado contra él auto de apertura de juicio oral, por alguno de los delitos señalados en el artículo 213 de la Ley de Sociedades de Capital:

Sí  No

Indique si el consejo de administración ha analizado el caso. Si la respuesta es afirmativa explique de forma razonada la decisión tomada sobre si procede o no que el consejero continúe en su cargo o, en su caso, exponga las actuaciones realizadas por el consejo de administración hasta la fecha del presente informe o que tenga previsto realizar.

C.1.44 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.1.45 Identifique de forma agregada 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: 10**

**Tipo de beneficiario:**

1.- Consejero Ejecutivo - 2.- Consejero Ejecutivo - 3.- Director General - 4.- Director de División - 5.- Director de División 6.- Director Dirc. 7.- Director Direc. -8.- Otros - 9.- Otros - 10.- Otros

## **Descripción del Acuerdo:**

1- Consejero Ejecutivo: Régimen indemnizatorio:

- a) Extinción por baja voluntaria: devengo por año: salario fijo año+bonus año/13,5, siendo la compensación total la suma de los años de trabajo.
- b) Despido procedente o improced.: indemniz. legal + indemniz. 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:

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.

3 - Director General:

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.

4.-Director División:

Extinción del contrato a instancia de la empresa (salvo despido procedente):  
Indemnización consistente en una anualidad de la retribución bruta de carácter fijo más la indemnización legal que corresponda.

5.- Director de División

1) Durante los dos primeros años de vigencia del contrato (del 18/07/2017 al 17/07/2019) indemnización consistente en 1 anualidad de la retribución bruta anual de carácter fijo, incluyendo la indemnización legal.

2) A partir del 18/07/2019: indemnización consistente en 6 mensualidades de la retribución bruta anual de carácter fijo, incluyendo la indemnización legal. En el caso, o a partir del momento, en que esta última sobrepasara dicha cuantía de seis mensualidades, tendrá derecho a percibir sólo la indemnización legal.

6.- Director Dirección

Fecha de inicio del contrato: 10 de octubre de 2009

A) Del 7º al 9º año: 6 mensualidades salario fijo (indemnización legal excluida)

B) A partir del 10º año: indemnización legal.

7.- Director Dirección.

En caso de extinción del contrato a instancia de la empresa, y salvo en el supuesto de despido declarado procedente: indemnización de ciento veinte mil euros brutos (120.000,00 €), incluida la indemnización legal. A partir del momento en que la indemnización legal fuera superior a la pactada, se tendrá derecho exclusivamente a la indemnización legal que correspondiera.

8.- Otros

Desde 2011: a partir del cuarto año y siguientes: 1 anualidad salario + indemnización legal

9. - Otros

En caso de terminación del contrato de trabajo por cualquier causa imputable a la Empresa:

A partir del cuarto año de contrato y siguientes (del 1/09/2013 en adelante), se abonará una indemnización equivalente a 1 anualidad de su salario fijo + la indemnización legal que corresponda.

10.- Otros

Rescisión unilateral del contrato de trabajo por parte de la Empresa que origine legalmente el derecho a percibir una cuantía indemnizatoria: se reconoce una fecha de antigüedad para el cálculo de la indemnización del 1 de febrero de 2006.

Indique si estos contratos han de ser comunicados y/o aprobados por los órganos de la sociedad o de su grupo:

	<b>Consejo de administración</b>	<b>Junta general</b>
<b>Órgano que autoriza las cláusulas</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>

	<b>Sí</b>	<b>No</b>
¿Se informa a la junta general sobre las cláusulas?		<b>X</b>

## 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

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Categoría</b>
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	PRESIDENTE	Otro Externo
DON PAOLO VASILE	VOCAL	Ejecutivo
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON GIULIANO ADREANI	VOCAL	Dominical

<b>% de consejeros ejecutivos</b>	25,00%
<b>% de consejeros dominicales</b>	50,00%
<b>% de consejeros independientes</b>	0,00%
<b>% de otros externos</b>	25,00%

Explique las funciones que tiene atribuidas esta comisión, describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma y resuma sus actuaciones más importantes durante el ejercicio.

Dado que el espacio para dar respuesta a este apartado está limitado, les invitamos a profundizar sobre las competencias, composición y funcionamiento de las Comisiones del Consejo de Administración en el siguiente enlace: <http://www.mediaset.es/inversores/es/>.

La Comisión Ejecutiva, cuya composición se describe en el presente apartado, ostenta todas las facultades inherentes al Consejo, salvo las indelegables legal y estatutariamente. La totalidad de los acuerdos adoptados en ella son trasladados al Consejo de Administración.

Durante el ejercicio 2017, la Comisión se ha reunido en tres 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.

Indique si la composición delegada o ejecutiva refleja la participación en el consejo de los diferentes consejeros en función de su categoría:

Sí

No

**En caso negativo, explique la composición de su comisión delegada o ejecutiva**

La composición de la Comisión Ejecutiva desde el 1 de enero hasta el 20 de diciembre de 2017, variaba ligeramente con respecto a la del Consejo de Administración dada su importancia como órgano delegado del Consejo; así el porcentaje de consejeros ejecutivos era más reducido, pasando del 23,08% al 16,66% en la Comisión, así como el de consejeros dominicales, del 38,46% en el Consejo a un 33,33% en la Comisión ejecutiva, aumentado por tanto el porcentaje de consejeros independientes.

Tras las renunciaciones y nombramientos por cooptación aprobados el 20 de diciembre, que serán sometidos a la ratificación de la Junta General, la sociedad ha pospuesto para el 2018 los cambios definitivos en la composición de la Comisión Ejecutiva.

### **Comisión de Auditoría y Cumplimiento**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Categoría</b>
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	PRESIDENTE	Independiente
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	VOCAL	Independiente
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	VOCAL	Independiente
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON MARCO GIORDANI	VOCAL	Dominical

<b>% de consejeros dominicales</b>	40,00%
<b>% de consejeros independientes</b>	60,00%
<b>% de otros externos</b>	0,00%

Explique las funciones que tiene atribuidas esta comisión, describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma y resuma sus actuaciones más importantes durante el ejercicio.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento: Se reúne, al menos, una vez al trimestre y una de sus reuniones está destinada a evaluar la eficiencia y el cumplimiento de las reglas y procedimientos de gobierno de Mediaset España así como a preparar la información a aprobar por el Consejo de Administración. Sus competencias abarcan diferentes ámbitos de supervisión de la compañía:

(i) en relación con el auditor de cuentas, es el órgano encargado de proponer su nombramiento, de velar por su independencia, mediar como canal de comunicación con el órgano de administración en caso de que surgieran discrepancias, verificar que se respeta la legislación vigente sobre prestación de servicios distintos a los de auditoría, autorizando los contratos del auditor ajenos a la propia actividad de auditoría, así como verificar que se comunica a la CNMV el cambio del auditor de cuentas, en su caso

(ii) en relación con la información financiera: está encargada de velar que la misma, ya sea anual o periódica cumpla con los requisitos legales; el control abarca tanto a las cuentas anuales como a la información pública periódica que debe comunicarse tanto a las autoridades como a los mercados.

(iii) en relación con el control interno y las relaciones con el Departamento de Auditoría Interna: como órgano responsable del buen funcionamiento del Departamento, deberá proponer la selección y nombramiento de su responsable; velar porque el Departamento de Auditoría realice sus funciones con total independencia, aprobar el Plan Anual de Auditoría Interna así como cualquier otro plan adicional que fuera necesario por necesidades organizativas; implica también que estar informada del grado de cumplimiento de los distintos departamentos de las recomendaciones del Departamento de Auditoría Interna debiendo informar al Consejo de Administración de los casos en los que pueda existir un riesgo para Mediaset España o su Grupo; así como revisar el cumplimiento de las acciones y medidas que sean consecuencia de los informes o actuaciones de inspección de las autoridades administrativas de supervisión y control.

(iv) en relación con la política de control y gestión de riesgos: es el órgano encargado de supervisar y controlar dicha política. Una descripción de los sistemas de gestión de riesgos de Mediaset y su Grupo se describe en el apartado E.- del presente Informe

Las actividades realizadas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento durante el ejercicio 2017 se agrupan en cinco categorías: (i) Información económico-financiera, (ii) Auditoría Externa, (iii) Auditoría Interna – Plan Anual, (iv) Normas de Gobierno Corporativo, (v) Control de Riesgos y (vi) Otros.

Para más información sobre las funciones y actividades realizadas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento consultar el Reglamento en el siguiente enlace: <http://www.mediaset.es/inversores/es>.

Identifique al consejero miembro de la comisión de auditoría que haya sido designado teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o en ambas e informe sobre el número de años que el Presidente de esta comisión lleva en el cargo.

<b>Nombre del consejero con experiencia</b>	DON JAVIER DIEZ DE POLANCO
<b>Nº de años del presidente en el cargo</b>	0

### **Comisión de Nombramientos y Retribuciones**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Categoría</b>
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	PRESIDENTE	Independiente
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	VOCAL	Independiente
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON GIULIANO ADREANI	VOCAL	Dominical

<b>% de consejeros dominicales</b>	50,00%
<b>% de consejeros independientes</b>	50,00%
<b>% de otros externos</b>	0,00%

Explique las funciones que tiene atribuidas esta comisión, describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma y resuma sus actuaciones más importantes durante el ejercicio.

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.
- Asesorar sobre la dedicación que los Consejeros deben emplear en el desempeño su cometido.
- Asesorar sobre el número de Consejos de los que puede formar parte los miembros del Consejo de Administración. Los miembros del Consejo de Administración deberán recabar informe de la Comisión previamente a su incorporación al Consejo de Administración de terceras compañías.
- Recabar información sobre las restantes obligaciones profesionales de los Consejeros.
- Asesorar al Consejo de Administración en la sucesión del Presidente y primeros ejecutivos de la Compañía, formulando las sugerencias que estime oportunas.
- Elevar al Consejo de Administración las propuestas de nombramiento de Consejeros independientes para su designación por cooptación o para su sometimiento a la decisión de la Junta General, así como las propuestas para la reelección o separación de dichos Consejeros por la Junta General de accionistas .
- Informar sobre las propuestas de nombramiento de los restantes Consejeros para su designación por cooptación o para su sometimiento a la decisión de la Junta General, así como las propuestas para su reelección o separación por la Junta General;
- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de la Sociedad y proponerle las condiciones básicas de sus contratos.
- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de la Sociedad y proponerle las condiciones básicas de sus contratos.
- Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Sociedad a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.
- Establecer un objetivo de representación para el sexo menos representado en el Consejo de Administración y elaborar orientaciones sobre cómo alcanzar dicho objetivo;
- Asesorar al Consejo de Administración sobre el cese y nombramiento del Secretario.

- Velar por el cumplimiento por los consejeros de las obligaciones y deberes establecidos en el Reglamento así como en los Estatutos Sociales.
- Revisar periódicamente la política de remuneraciones aplicada a los consejeros y altos directivos , incluidos los sistemas retributivos con acciones y su aplicación, así como garantizar que su remuneración individual sea proporcionada a las que se pague a los demás consejeros y altos directivos de la Sociedad.
- Velar por la transparencia de las retribuciones y la inclusión en la Memoria anual y en el informe anual de gobierno corporativo de información acerca de las remuneraciones de los Consejeros y, a tal efecto, someter al Consejo cuanta información resulte procedente.
- Asistir al Consejo de Administración en la evaluación del Presidente del Consejo y de los primeros ejecutivos de la compañía y, concretamente, en la fijación y supervisión de la política de remuneraciones para Consejeros y altos ejecutivos, proponiendo la modalidad, procedimientos e importe de las retribuciones anuales de los Consejeros (incluyendo en su caso propuestas de incentivos tales como planes de opciones sobre acciones) , revisando periódicamente los programas de retribución y procurando que las remuneraciones se ajusten a criterios de moderación y adecuación con los resultados de la Sociedad.
- Formular y verificar un Informe sobre Política de Retribuciones de los Consejeros, que deberá ser aprobado por el Consejo de Administración y presentado ante la Junta General de accionistas.
- Asesorar al Consejo de Administración en la asignación del estatus que merezca cada Consejero al momento de proceder a su nombramiento o renovación, y revisarlo anualmente con ocasión de la elaboración del Informe Anual de Gobierno Corporativo.

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

### C.2.2 Complete el siguiente cuadro con la información relativa al número de consejeras que integran las comisiones del consejo de administración durante los últimos cuatro ejercicios:

	Número de consejeras							
	Ejercicio 2017		Ejercicio 2016		Ejercicio 2015		Ejercicio 2014	
	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%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Comisión de Nombramientos y Retribuciones	2	50,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%

### C.2.3 Apartado derogado

### C.2.4 Apartado derogado.

### C.2.5 Indique, en su caso, la existencia de regulación de las comisiones del consejo, el lugar en que están disponibles para su consulta, y las modificaciones que se hayan realizado durante el ejercicio. A su vez, se indicará si de forma voluntaria se ha elaborado algún informe anual sobre las actividades de cada comisión.

Las comisiones de Auditoría y Cumplimiento así como la de Retribuciones y Nombramientos se regulan por lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración así como por lo establecido en los respectivos reglamentos. Ambos reglamentos están disponibles en nuestra página web <http://www.mediaset.es/inversores/es/gobierno-corporativo.html>.

Durante el ejercicio 2017 se ha modificado el Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Los cambios introducidos han sido numerosos aunque, desde un punto de vista sustantivo, no introducen ninguna competencia que no fuera ya desempeñada de hecho por la propia Comisión en el desarrollo de su normal actividad. Estos cambios afectaron a los siguientes artículos: el Artículo 3, sobre la composición cualitativa de la Comisión; el artículo 4, sobre la asistencia del auditor interno y, según en qué casos, del auditor externo a las reuniones de la Comisión, así como la necesidad de aprobar de forma preliminar un plan anual de trabajo; el artículo 5.1, sobre la necesidad de definir un proceso de selección del auditor externo, supervisión de dicho proceso y evaluación anual de la actuación e independencia de éste en el desempeño de su trabajo; el artículo 5.2, en relación con la supervisión de la información financiera; 5.3, con respecto al Sistema de Control Interno de dicha información; 5.5, en relación con la supervisión de la gestión y del control de los riesgos; 5.7, sobre transparencia y normas de gobierno corporativo, revisión de la política de responsabilidad corporativa, evaluación de riesgos

no financieros, y coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad; y el artículo 7, sobre medios y recursos de la Comisión.

La modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha tenido como finalidad introducir referencias a la política de diversidad.

Al igual que en años anteriores, se ha formulado un informe sobre las actividades realizadas en el ejercicio 2017 por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

## C.2.6 Apartado derogado.

## D OPERACIONES VINCULADAS Y OPERACIONES INTRAGRUPO

### D.1 Explique, en su caso, el procedimiento para la aprobación de operaciones con partes vinculadas e intragrupo.

#### Procedimiento para informar la aprobación de operaciones vinculadas

La aprobación de las operaciones vinculadas con accionistas, consejeros o miembros de la alta dirección, se realiza a través del Consejo de Administración de la Sociedad.

Es la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, la que deberá emitir un Informe sobre las mismas que incluirá, al menos, el tipo de operación, cuantía, sujetos afectados e impacto sobre la compañía. En el Informe se incluirán las recomendaciones de actuación y se elevará al Consejo de Administración para su aprobación.

Asimismo, la División Económico-Financiera, comprobará mensualmente que todas las operaciones vinculadas estén correctamente clasificadas y valoradas de acuerdo con la normativa aplicable. En el cierre anual se identificarán, detallarán y cuantificarán todas las transacciones realizadas con las partes vinculadas ocurridas durante el ejercicio. Esta información quedará reflejada en la Memoria de las Cuentas Anuales.

Por último, señalar que las operaciones recogidas en el presente Informe pertenecen al giro o tráfico ordinario realizado por la Compañía, han sido realizadas en condiciones normales de mercado y la información de las mismas figura también en las Cuentas Anuales del ejercicio 2017.

### 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	Banco mediolanum, SA	Comercial	Prestación de servicios	427
MEDIASET SPA	Boing spa	Contractual	Recepción de servicios	30
MEDIASET SPA	Mediaset investment sarl	Contractual	Otras	87
MEDIASET SPA	Publieurope international ltd	Comercial	Recepción de servicios	1.436
MEDIASET SPA	Publieurope international ltd	Comercial	Prestación de servicios	1.119
MEDIASET SPA	Reti televisive italiane spa	Comercial	Otras	1.250
MEDIASET SPA	Reti televisive italiane spa	Comercial	Prestación de servicios	217
MEDIASET SPA	Medusa Films SPA	Contractual	Recepción de servicios	60
MEDIASET SPA	Mediaset Spa	Comercial	Recepción de servicios	50

### D.3 Detalle las operaciones significativas por su cuantía o relevantes por su materia realizadas entre la sociedad o entidades de su grupo, y los administradores o directivos de la sociedad:

Nombre o denominación social de los administradores o directivos	Nombre o denominación social de la parte vinculada	Vínculo	Naturaleza de la operación	Importe (miles de euros)
DON GIUSEPPE TRINGALI	Publiespaña, SAU	Mercantil	Otras	654

#### 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:

#### D.5 Indique el importe de las operaciones realizadas con otras partes vinculadas.

69.585 (en miles de Euros).

#### 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:

- El cónyuge o las personas con análoga relación de afectividad.
- Los ascendientes, descendientes y hermanos tanto del consejero como de su cónyuge.
- Los cónyuges de los ascendientes, de los descendientes y de los hermanos del consejero.
- 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:

- Los socios que se encuentren, respecto de la persona jurídica, en alguna de las situaciones de control establecidas en la ley.
- Los administradores, de derecho o de hecho, los liquidadores, y los apoderados con poderes generales del consejero persona jurídica.
- Las sociedades que formen parte del mismo grupo y sus socios.
- Las personas que respecto del representante del consejero persona jurídica tengan la consideración de personas vinculadas de conformidad con lo que se establece en el párrafo anterior.

Si un consejero se encuentra en una situación de conflicto de interés deberá informar a la sociedad con carácter inmediato y abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente conforme a lo explicado anteriormente. Será el Consejo de Administración, previo informe favorable de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, el encargado de autorizar la misma. De igual modo se prohíbe a los consejeros realizar, por sí mismos o través de personas vinculadas, operaciones profesionales o comerciales con la Sociedad.

Adicionalmente y relacionado con los mecanismos de control indicar que los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo cuando su permanencia en el mismo pueda poner en riesgo los intereses de la Sociedad o afectar negativamente al crédito y reputación de la misma. De igual modo, el Consejo deberá abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente.

Durante el ejercicio 2017 ningún consejero ha manifestado encontrarse en situaciones que pudieran suponer un conflicto de interés. En el caso de producirse, informaríamos de la misma en el Informe de Gobierno Corporativo.

En cuanto a los mecanismos para detectar posibles conflictos de interés entre el Grupo Mediaset España y sus accionistas indicar que, como ya hemos comentado en el apartado relacionado con las operaciones vinculadas, cualquier operación que realice la sociedad con sus accionistas significativos deberá ser autorizada por el Consejo de Administración, a excepción de las situaciones mencionadas en el punto D.1. anterior.

Para detectar y controlar posibles conflictos de interés entre la Sociedad y sus directivos la compañía regula estos aspectos a través del Código Ético y del Reglamento Interno de Conducta. Alguna de las situaciones que podrían dar lugar a este tipo de conflictos son:

- Realizar un contrato en nombre de Mediaset España con una empresa proveedora participada o gestionada por un amigo o familiar.
- Trabajar como consultor de un proveedor o cliente de la compañía.
- Llevar a cabo negocios por cuenta propia cuya naturaleza sea similar al trabajo desempeñado en Mediaset España.
- Tener interés personal o económico en un negocio con la sociedad.
- Obtener una ventaja personal o ganancia económica—al margen de la normal remuneración—en un acuerdo o relación comercial con un tercero que implique a Mediaset España.

El Grupo Mediaset España vigila este tipo de situaciones a través de la Dirección de Cumplimiento Normativo, compuesta por el Director General Corporativo, el Director General de Gestión y Operaciones y el Director de Auditoría Interna. En 2013, se actualizó la aceptación por parte del colectivo de directivos pertenecientes a la lista de personas afectas al cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta. Asimismo, a lo largo del ejercicio 2017, la Dirección de Auditoría Interna mantuvo entrevistas específicas con los directivos de la compañía para identificar posibles riesgos de conflicto.

En el ejercicio 2017 no se han detectado situaciones de conflicto de interés, que no hubiesen sido notificadas previamente, en el colectivo de directivos.

## D.7 ¿Cotiza más de una sociedad del Grupo en España?

Sí  No

Identifique a las sociedades filiales que cotizan en España:

### Sociedad filial cotizada

Indique si han definido públicamente con precisión las respectivas áreas de actividad y eventuales relaciones de negocio entre ellas, así como las de la sociedad dependiente cotizada con las demás empresas del grupo;

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

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

**Mecanismos para resolver los eventuales conflictos de interés**

## E SISTEMAS DE CONTROL Y GESTION DE RIESGOS

### E.1 Explique el alcance del Sistema de Gestión de Riesgos de la sociedad, incluidos los de materia 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 son:

1. El Consejo de Administración.
2. La Comisión Ejecutiva.
3. La Comisión de Auditoría y Cumplimiento.
4. Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos.
5. El Comité de Riesgos.
6. El Comité de Blanqueo de Capitales (línea de negocio de Concursos).
7. La Dirección de Auditoría Interna.

La Política de Gestión Integral de Riesgos del Grupo Mediaset, es el principal instrumento para:

- a) Identificar los riesgos que pongan en peligro la consecución de los objetivos estratégicos.
- b) Proteger el balance, cuenta de resultados y generación de cashflow.
- c) Asegurar los intereses de los stakeholders del Grupo (accionistas, clientes, proveedores, etc.).
- d) Velar por la eficacia y eficiencia de las operaciones.
- e) Cumplir con la legislación, la normativa y los contratos que en su caso sean aplicables.

Dicha política, consiste en la elaboración de un Mapa de Riesgos, basado en el marco Enterprise Risk Management (ERM) del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO II), y cuyo alcance es el siguiente:

- La identificación de los riesgos más relevantes a nivel estratégico, de gobierno corporativo, de negocio, de crédito, de mercado, financiero, fiscal, regulatorio y normativo, reputacional y, en su caso medioambiental.

- Análisis de cada uno de los riesgos identificados y valoración de los mismos en función de su probabilidad y posible impacto en los estados financieros del Grupo y en la consecución de los objetivos estratégicos.
- Asignación de responsables específicos de cada uno de los riesgos identificados.
- Implantación de procedimientos, procesos, políticas de actuación y desarrollo de herramientas informáticas que permitan mitigar los riesgos y a su vez estimulen oportunidades de mejora.
- Realización de un seguimiento de control de los riesgos de una forma periódica para un nivel aceptado de riesgo.
- Continuo seguimiento a través de los sistemas de control de la información financiera de la correcta evaluación y control de los riesgos potenciales y efectivos identificados.
- Comunicación a los diferentes órganos de administración, dirección o de responsabilidad de sus competencias con total transparencia.
- Control del Sistema de Gestión de Riesgos a través de la Dirección de Auditoría Interna.

Asimismo, dentro del mapa de riesgos de Mediaset España, se contemplan entre otros:

1. El mapa de riesgos fiscales: En el mismo se analizan aquellos riesgos que por su naturaleza corporativa, transaccional, operacional, de cumplimiento, financiera, contable, organizacional y/o reputacional, puedan tener implicaciones relevantes fiscales para el Grupo.
2. El mapa de riesgos penales: En función de los delitos tipificados en la ley, se elabora un mapa de riesgos posibles de acuerdo a la naturaleza de la actividad de negocio del Grupo.

## E.2 Identifique los órganos de la sociedad responsables de la elaboración y ejecución del Sistema de 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 la misma. La política de operaciones vinculadas deberá hacerse pública mediante el Informe Anual de Gobierno Corporativo.

El Comité de Riesgos, formado por los principales directivos del Grupo, se encarga de la elaboración y validación del Mapa de Riesgos y de su presentación a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Asimismo, este órgano desempeña las funciones ejecutivas de gestión de los riesgos en la operativa diaria de la compañía, que a su vez ejerce la función de órgano comunicador hacia el resto de la organización en colaboración con la Dirección de Auditoría Interna. Es a través de la Dirección de Auditoría interna donde se analizan, supervisan y evalúan, dichos riesgos así como se coordinan los planes de acción necesarios para mitigarlos. Asimismo, Auditoría Interna es la responsable de coordinar con cada uno de las Direcciones dueñas de cada riesgo la implementación del sistema de seguimiento de los mismos.

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, 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:

- a) Regulatorio: el ejercicio 2017 ha sido un año más estable en cuanto a cambios regulatorios en el sector audiovisual. Aun así Mediaset se ha visto afectada por las continuas modificaciones en materia fiscal que ya se iniciaron en 2016.
- b) Entorno político y macroeconómico en España: La inestabilidad política en Cataluña provoca incertidumbre política general en el resto del país lo que contribuye a aumentar la incertidumbre en la economía española. Ello ha influido en la baja visibilidad de la inversión publicitaria por lo que éste es un riesgo que la compañía tiene en constante vigilancia.
- c) Reputacional: Mediaset España es dueña de muchas marcas, tanto corporativas como de producto asociadas a sus programas. Es por ello 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.

d) 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.

e) 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.

f) Transformación tecnológica: La constante y cada vez más rápida evolución tecnológica que puede afectar a la forma de consumir televisión hace que Mediaset España lleve desde hace tiempo adaptándose a los cambios y viendo nuevas oportunidades que pudieran surgir como consecuencia de la misma. Es una oportunidad que el Grupo cree que puede aprovechar.

g) Fuerte competencia en el sector audiovisual: Continuamos con una altísima competencia en el sector audiovisual por las diversas fuentes de oferta de contenidos existentes. En primer lugar, la gran segmentación que hay en la televisión en abierto con la emisión de más de 18 canales a nivel nacional. En segundo lugar la continua penetración del Pay TV en España con Movistar + y Vodafone principalmente. Y por último, el crecimiento de los nuevos actores de internet, a saber Netflix, HBO y la aparición en 2017 de Sky y Amazon.

#### E.4 Identifique si la entidad cuenta con un nivel de tolerancia al riesgo, incluido el fiscal.

El Sistema de Gestión de Riesgos, basado en la metodología COSO II, identifica unos niveles de riesgo para cada uno de los riesgos identificados que forman parte del Mapa de Riesgos de la compañía. En el mismo se incluyen los fiscales. Además, los riesgos se califican como "Dentro del riesgo aceptado" ó "Exceden del riesgo aceptado" en función de la probabilidad y el impacto en los objetivos estratégicos que el Grupo persigue. Para ello, el Grupo Mediaset tiene en cuenta las expectativas que los inversores, reguladores, clientes, proveedores y empleados puedan tener de una compañía como la nuestra. Asimismo, tanto la alta dirección como los directivos de las áreas clave del negocio (venta de publicidad, contenidos, programación, tecnología y sistemas y finanzas), participan en la identificación de los riesgos que les afectan. La Dirección de Auditoría Interna canaliza toda la información y evaluación de los riesgos y comparte y hace seguimiento periódicamente 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.

Durante 2017 se han materializado algunos riesgos:

a) Medidas adoptadas por el regulador que afectan a:

i. La compañía ha recibido ha recibido varios expedientes sancionadores por incumplimiento por exceso de emisión de publicidad y calificación de contenidos, aunque el impacto en los estados financieros de Mediaset no ha sido material. La Dirección General Corporativa ha desarrollado nuevos canales de concienciación y de control para reducir al máximo cualquier posible incumplimiento en términos de emisión de publicidad y de calificación de contenidos.

ii. Aprobación del Real Decreto 988/2015, de 30 de octubre, por el que se reguló el régimen jurídico de la obligación de financiación anticipada de determinadas obras audiovisuales europeas en el que se indica que las películas rodadas en lengua no castellana no serían consideradas películas españolas a efectos del cómputo de la obligación del 5% de inversión obligatoria anual en obras audiovisuales europeas.

b) Riesgos inherentes del negocio audiovisual debido a la fragmentación del mercado con la numerosa existencia de canales en abierto, han sido muy bien controlados por la alta capacidad de reacción de la compañía en relación a la contención de costes de contenidos de producción propia y ajena, eventos deportivos y noticias.

c) No se ha materializado ningún riesgo fiscal durante el ejercicio 2017.

c) La senda de apreciación del dólar frente al euro durante 2016 afecta a la compra de contenidos extranjeros. El impacto en el Grupo es insignificante derivado de la eficiente cobertura de tipos de cambio contratada.

#### E.6 Explique los planes de respuesta y supervisión para los principales riesgos de la entidad, incluidos los fiscales.

El Grupo Mediaset monitoriza diariamente las posibles amenazas que puedan activar o elevar el nivel de criticidad de los riesgos antes descritos. Concretamente, en cuanto a la incertidumbre regulatoria aún vigente, el Grupo tiene constituido un grupo de trabajo donde cualquier cambio 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. Ante la nueva entrada de competidores la compañía ha fortalecido su variedad de productos televisivos acorde a la situación de inversión publicitaria en el mercado.

En cuanto a la continua vigilancia que el regulador ejerce sobre los contenidos emitidos por nuestros canales, se han desarrollado los procesos e implementado las medidas cautelares oportunas a nivel de control editorial para que no se incumplan emisiones de contenidos en horarios de protección y se cataloguen debidamente los mismos con preaviso al telespectador. Si bien, hay que tener en cuenta que el criterio de evaluación de emisión de los contenidos es totalmente subjetivo, y por tanto es difícil poder eliminar este riesgo por completo.

Se confirma como acertada la decisión del Grupo de adoptar medidas dirigidas al control de costes, tanto de negocio como de estructura, dada la larga duración del período de salida de la crisis, o de afianzamiento del crecimiento económico. Dichas medidas perdurarán en el tiempo. La situación política en España afectará a la economía y por tanto al negocio audiovisual.

Mediaset España 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.

Por último, para mitigar los riesgos reputacionales, el Grupo ha mejorado la comunicación interdepartamental y la activación de alertas en caso de aparición de casos concretos. Asimismo, se ha mejorado la coordinación con las productoras de los programas con el fin de tener mayor rapidez reactiva. La monitorización diaria se ha extendido a las redes sociales, fuente en muchas ocasiones de posibles crisis que afectan a la imagen corporativa.

## **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 xiii 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 al Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF):

Para garantizar la fiabilidad de la información financiera, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento será responsable de:

1. Supervisar el proceso de elaboración e integridad de la información financiera revisando el correcto diseño del SCIIF de Mediaset y el cumplimiento de los requisitos normativos.
2. Aprobar el plan de auditoría interna para la evaluación del SCIIF y recibir información periódica del resultado de su trabajo, así como el plan de acción para corregir las deficiencias observadas.
3. Revisar, analizar y comentar los estados financieros y otra información financiera relevante con la alta dirección, auditores internos y externos, para confirmar que la información es fiable, comprensible, relevante y que se han seguido criterios contables consistentes con el cierre anual anterior.
4. Supervisar, tanto el proceso desarrollado por la alta dirección para realizar juicios, valoraciones y estimaciones significativas, valorando su impacto en los estados financieros; como las decisiones sobre los ajustes propuestos por el auditor externo, así como conocer y, en su caso, mediar en los desacuerdos entre ellos.
5. Garantizar que el proceso de evaluación del SCIIF de Mediaset haya sido diseñado de manera que permita alcanzar los objetivos del proceso y dar validez a las conclusiones de los informes que le son remitidos por los involucrados en las tareas de evaluación.
6. Supervisar la evaluación continua, realizada por Mediaset, de la organización de las actividades de control, para obtener una seguridad razonable acerca de la implantación y funcionamiento del SCIIF.

7. Garantizar que la información que se divulgue al mercado relativo a las normas del SCIIF sea clara y comprensible y contenga los desgloses suficientes, precisos y necesarios.”

Finalmente, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, delega la responsabilidad de supervisión del SCIIF en la Dirección de Auditoría Interna.

### F.1.2. Si existen, especialmente en lo relativo al proceso de elaboración de la información financiera, los siguientes elementos:

- Departamentos y/o mecanismos encargados: (i) del diseño y revisión de la estructura organizativa; (ii) de definir claramente las líneas de responsabilidad y autoridad, con una adecuada distribución de tareas y funciones; y (iii) de que existan procedimientos suficientes para su correcta difusión en la entidad.

El Consejo de Administración de Mediaset España define la estructura organizativa de primer nivel. A partir de éste, el Consejero Delegado junto con la Dirección de Recursos Humanos, realizan el despliegue organizativo en todos los ámbitos.

Cada Dirección General elabora una estructura organizativa, que incluye una descripción de puestos y responsabilidades, que es supervisada y validada por la Dirección de Recursos Humanos.

La principal responsabilidad en relación a 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, Reporting y Participadas.
- 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.

La reforma del Código Penal del año 2010 introdujo la responsabilidad penal de las personas jurídicas, determinando que las empresas puedan ser declaradas responsables de los delitos cometidos por sus administradores para su propio provecho, o por cualquier empleado, por no haber ejercido el debido control. En 2015 se aprobó definitivamente el nuevo Código Penal. En 2016, el Grupo Mediaset, ha continuado con la actualización y mejora de su Modelo de Prevención y Detención de Delitos. Como resultado del mismo, se han actualizado los siguientes procedimientos:

1. PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE CLIENTES.
2. PROCEDIMIENTO DE UTILIZACIÓN Y GESTIÓN DEL CANAL DE DENUNCIAS CORPORATIVO.
3. POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS
4. PROTOCOLO DE HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES
5. PROCEDIMIENTO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN DE REPORTING
6. PROCEDIMIENTO DE INCIDENCIAS Y RECLAMACIONES A CLIENTES

La Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos como órgano responsable del modelo de prevención de delitos de la compañía. Es esta unidad la encargada de analizar incumplimientos y de proponer acciones correctoras y sanciones en todo lo relacionado con el Código Ético del Grupo.

Todos los profesionales empleados en el Grupo y los que a futuro se van incorporando, han aceptado y aceptarán expresamente el contenido del Código Ético. Existe un procedimiento liderado por la Dirección de Recursos Humanos mediante el cual, a los nuevos empleados, se les informa de la existencia del Código Ético y de su obligado cumplimiento.

- Canal de denuncias, que permita la comunicación al comité de auditoría de irregularidades de naturaleza financiera y contable, en adición a eventuales incumplimientos del código de conducta y actividades irregulares en la organización, informando en su caso si éste es de naturaleza confidencial.

El Grupo Mediaset dispone de un procedimiento a seguir por parte de cualquier empleado, directivo, administrador o grupo de interés de Mediaset España que tenga fundadas sospechas de la existencia de prácticas contrarias a los principios y valores del Código Ético o a la ética y la buena fe en los negocios. Entre ellas, se encuentran las malas prácticas financieras y/o contables o que no 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 la misma, el fraude, soborno y/o cohecho, el incumplimiento legal y regulatorio y los conflictos de interés.

La comunicación se realiza a través de la Dirección de Auditoría Interna, 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 Unidad de Cumplimiento y Prevención y en su caso a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, órgano que efectuará la valoración final.

En 2017 el Canal de Denuncias se mejoró desarrollando un módulo en la intranet del Grupo en el que el empleado accede al mismo y cumplimenta su denuncia la cual queda a disposición de Auditoría Interna, garantizándose en todo momento la confidencialidad del denunciante. En 2017 se implementó también un pop-up que recuerda cada 6 meses a todos los empleados y colaboradores que trabajan en las instalaciones de Mediaset que tienen a su disposición una canal de denuncias. Este pop-up se mostró a un total de 2578 usuarios (internos y externos) que trabajan en el entorno de Mediaset España.

Durante 2017 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 2017, este colectivo de personal formado por 93 personas ha recibido un total de 574 horas de formación, de las cuales 469 horas corresponden actividades de actualización sobre control interno, contabilidad y fiscalidad y prevención de fraude y blanqueo de capitales.

## F.2 Evaluación de riesgos de la información financiera

Informe, al menos, de:

### F.2.1. Cuáles son las principales características del proceso de identificación de riesgos, incluyendo los de error o fraude, en cuanto a:

- Si el proceso existe y está documentado.

El Grupo Mediaset tiene desarrollado un sistema de control e identificación de riesgos de error en la información financiera. Dicho sistema se encuentra documentado y se guarda copia de seguridad en los sistemas de la Dirección de Auditoría Interna.

Dicho sistema, parte del Sistema de Gestión Integral de Riesgos (SGIR) del Grupo Mediaset. El Sistema de Gestión de Riesgos (en adelante SGIR), se basa en el marco Enterprise Risk Management (ERM) del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO II), Como metodología, primeramente se identifican los objetivos y riesgos estratégicos de la compañía. En segundo lugar, una vez definidos éstos, se identifican los riesgos operacionales, de cumplimiento y de reporting. Cada riesgo se evalúa en función de la probabilidad de ocurrencia y el posible impacto que pueda tener para la consecución de los objetivos estratégicos.

Este sistema parte inicialmente de una identificación de las empresas que forman el perímetro de consolidación del Grupo Mediaset y las líneas de negocio en las que actúa el Grupo. En segundo lugar, se identifican y documentan los procesos tanto recurrentes como no recurrentes que pueden tener incidencia o repercusión en los estados financieros de cada una

de las compañías, ya sea vía balance, cuenta de resultados, estado de cashflow o desgloses. Seguidamente, se revisan los riesgos asociados a dichos procesos y los controles establecidos para mitigarlos.

En cada uno de estos procesos se establecen controles específicos, sobre los que se realizan pruebas de trazabilidad. De los resultados de cada prueba se obtienen posibles resultados de error en la información financiera relacionados con la valoración de la operación, el corte de la misma, su registro, o su integridad. Estos resultados se priorizan en función de su materialidad.

Los controles establecidos para cada riesgo incluyen prevención y detección de errores y de fraude. La compañía tiene unas políticas y procedimientos, así como un protocolo en sus sistemas de información que tratan de minimizar este tipo de riesgos. Entre ellas cabe destacar:

1. Procedimiento del Comité de adquisiciones y ventas,
2. Procedimiento de adquisiciones de bienes y servicios,
3. Procedimiento de firma de contratos,
4. Procedimiento de gestión de apoderamientos,
5. Política de seguridad corporativa y sus procedimientos asociados, y
6. Procedimiento de gestión de clientes.
7. Protocolo de homologación de proveedores.

- Si el proceso cubre la totalidad de objetivos de la información financiera, (existencia y ocurrencia; integridad; valoración; presentación, desglose y comparabilidad; y derechos y obligaciones), si se actualiza y con qué frecuencia.

Tal y como se menciona en el apartado anterior, el sistema implementado cubre los procesos que puedan derivar en un riesgo de existencia, ocurrencia, integridad y valoración, presentación y desglose, corte y registro en las operaciones con impacto material en la información financiera. La periodicidad con la que se actualizan dichos procesos es como mínimo de forma semestral. En 2014 la Dirección de Auditoría Interna actualizó todos los procedimientos y políticas vigentes del Grupo Mediaset España. Si bien, como consecuencia de la aprobación en 2015 del nuevo Código Penal, en 2016 se actualizaron y revisaron aquellos que pudieran verse afectados para responder a las nuevas necesidades y obligaciones que se deriven de la aplicación del mismo. En concreto:

- 1) Código Ético del Grupo Mediaset.
- 2) Reglamento Interno de Conducta.
- 3) Canal de Denuncias.

- 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 a lo establecido en su artículo 5.2.c, es la encargada de supervisar la adecuada delimitación del perímetro de consolidación del Grupo Mediaset. Para ello, cualquier cambio, modificación, alta o desinversión en el organigrama societario del Grupo Mediaset España es controlado a través de la Secretaría General del Consejo y de la Dirección General Corporativa. Ésta, previa autorización por parte del Consejo de Administración, informa de cualquier transmisión o adquisición de participaciones accionariales, proporcionando la documentación justificativa a tal efecto a las Direcciones que puedan verse afectadas. La Dirección General de Gestión y Operaciones, a través de la División Económico-Financiera es la encargada de identificar y asesorar sobre el impacto de dichas alteraciones en el perímetro de consolidación del Grupo. En cada cierre contable, se obtiene la estructura societaria existente en el Grupo, la cual es validada entre la Dirección de Asesoría Jurídica y la División Económico-Financiera.

Asimismo, y en el caso de que las participaciones directas de la Sociedad sean también grupos de sociedades, existe un proceso interno por el cual todos los movimientos (compras, ventas, liquidaciones, fusiones, traspasos, etc.) en las mismas son informados a la División Económico-Financiera en el mismo momento en que acontecen, de la siguiente forma:

- a. En el caso de participaciones donde la Sociedad tiene el control operativo, mediante los procesos de reporting mensual establecidos a tal efecto, así como a través de la comunicación del representante de la Sociedad en los órganos de administración de dichas sociedades.
- b. En el caso de sociedades en las que la Sociedad no tiene el control, los representantes de la Sociedad en los órganos de administración de las mismas 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, 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.

Los Consejeros Delegados, 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, con el apoyo de la Dirección de Auditoría, 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.

**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 las mismas.

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.

En el año 2016 se implementó un Protocolo de Homologación de Proveedores a través del cual se describen las características, obligaciones y criterios necesarios para poder presentar ofertas de servicios y productos al Grupo Mediaset así como para poder ser seleccionado y realizar operaciones con nuestro Grupo.

## F.4 Información y comunicación

Informe, señalando sus principales características, si dispone al menos de:

### F.4.1. Una función específica encargada de definir, mantener actualizadas las políticas contables (área o departamento de políticas contables) y resolver dudas o conflictos derivados de su interpretación, manteniendo una comunicación fluida con los responsables de las operaciones en la organización, así como un manual de políticas contables actualizado y comunicado a las unidades a través de las que opera la entidad.

La Dirección de Consolidación, Reporting y Participadas es la encargada de definir, mantener actualizadas las políticas contables y resolver cualquier duda o conflicto que pudiese originarse por la interpretación de las políticas contables aprobadas en el Grupo. Esta Dirección es dependiente de la División Económico-Financiera, la cual forma parte de la Dirección General de Gestión y Operaciones. La Dirección de Reporting es la encargada del mantenimiento y actualización del Manual de Políticas Contables del Grupo Mediaset España y asegura una adecuada difusión. El Manual Contable se actualiza como consecuencia de los cambios normativos siendo la última versión de fecha 31 de diciembre de 2016. La Dirección económico-Financiera está actualizando dicha versión para trasladar los últimos cambios por la entrada en vigor de las NIFF 9, 15 y 16 de aplicabilidad en 2018.

### 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, Deister 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 agiliza y controlan los procesos necesarios para la consolidación del Grupo.

Microstrategy es la herramienta de reporting y consolidación que captura y prepara 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 el comité de auditoría así como si la entidad cuenta con una función de auditoría interna que tenga entre sus competencias la de apoyo al comité en su labor de supervisión del sistema de control interno, incluyendo el SCIIF. Asimismo se informará del alcance de la evaluación del SCIIF realizada en el ejercicio y del procedimiento por el cual el encargado de ejecutar la evaluación comunica sus resultados, si la entidad cuenta con un plan de acción que detalle las eventuales medidas correctoras, y si se ha considerado su impacto en la información financiera.

Tal y como se ha detallado en el apartado F.1.1, de forma resumida, las competencias de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento incluyen las siguientes:

1. Supervisar el proceso de elaboración e integridad de la información financiera.
2. Aprobar el plan de auditoría interna para la evaluación del SCIIF.
3. Revisar, analizar y comentar los estados financieros y otra información financiera relevante con los intervinientes en la elaboración y aprobación de la misma.
4. Supervisar el proceso de realización de juicios, valoraciones y estimaciones significativas, y mediar en casos de conflicto.
5. Garantizar que el proceso de evaluación del SCIIF del Grupo Mediaset se ha diseñado para alcanzar los objetivos del proceso.
6. Supervisar la evaluación continua del SCIIF.
7. Garantizar que la información del SCIIF que se divulgue sea clara y comprensible.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento se apoya en la Dirección de Auditoría para la realización de estas actividades. Ésta, 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 2017, se revisaron 198 controles asociados a 28 procesos de la compañía.

F.5.2. Si cuenta con un procedimiento de discusión mediante el cual, el auditor de cuentas (de acuerdo con lo establecido en las NTA), la función de auditoría interna y otros expertos puedan comunicar a la alta dirección y al comité 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 publica.

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

Toda la información se encuentra recogida en los apartados anteriores.

## 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 remitida a los mercados ha sido sometida a la revisión del auditor externo de la compañía, la sociedad Deloitte, S.L.

## **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

Explicar

2. Que cuando coticen la sociedad matriz y una sociedad dependiente ambas definan públicamente con precisión:

a) Las respectivas áreas de actividad y eventuales relaciones de negocio entre ellas, así como las de la sociedad dependiente cotizada con las demás empresas del grupo.

b) Los mecanismos previstos para resolver los eventuales conflictos de interés que puedan presentarse.

Cumple

Cumple parcialmente

Explicar

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  Cumple parcialmente  Explique

4. Que la sociedad defina y promueva una política de comunicación y contactos con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto que sea plenamente respetuosa con las normas contra el abuso de mercado y dé un trato semejante a los accionistas que se encuentren en la misma posición.

Y que la sociedad haga pública dicha política a través de su página web, incluyendo información relativa a la forma en que la misma se ha puesto en práctica e identificando a los interlocutores o responsables de llevarla a cabo.

Cumple  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  Cumple parcialmente  Explique

6. Que las sociedades cotizadas que elaboren los informes que se citan a continuación, ya sea de forma preceptiva o voluntaria, los publiquen en su página web con antelación suficiente a la celebración de la junta general ordinaria, aunque su difusión no sea obligatoria:

- a) Informe sobre la independencia del auditor.
- b) Informes de funcionamiento de las comisiones de auditoría y de nombramientos y retribuciones.
- c) Informe de la comisión de auditoría sobre operaciones vinculadas.
- d) Informe sobre la política de responsabilidad social corporativa.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique

7. Que la sociedad transmita en directo, a través de su página web, la celebración de las juntas generales de accionistas.

Cumple  Explique

8. Que la comisión de auditoría vele porque el consejo de administración procure presentar las cuentas a la junta general de accionistas sin limitaciones ni salvedades en el informe de auditoría y que, en los supuestos excepcionales en que existan salvedades, tanto el presidente de la comisión de auditoría como los auditores expliquen con claridad a los accionistas el contenido y alcance de dichas limitaciones o salvedades.

Cumple  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

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

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

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

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

Explique

14. Que el consejo de administración apruebe una política de selección de consejeros que:

- a) Sea concreta y verificable.
- b) Asegure que las propuestas de nombramiento o reelección se fundamenten en un análisis previo de las necesidades del consejo de administración.
- c) Favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias y género.

Que el resultado del análisis previo de las necesidades del consejo de administración se recoja en el informe justificativo de la comisión de nombramientos que se publique al convocar la junta general de accionistas a la que se someta la ratificación, el nombramiento o la reelección de cada consejero.

Y que la política de selección de consejeros promueva el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo de administración.

La comisión de nombramiento verificará anualmente el cumplimiento de la política de selección de consejeros y se informará de ello en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique

Se cumple en su totalidad a excepción de que la compañía no ha considerado necesario incluir plazo ni porcentaje de representación femenina ya que se van a hacer todos los esfuerzos posibles para ampliar el número de consejeras a medio y largo plazo.

A pesar de no incluirse expresamente, uno de los objetivos de la compañía siempre ha sido el de aumentar el número de consejeras en el Consejo de Administración; tras los últimos nombramientos éste ha podido incrementarse dos, representando las consejeras en la actualidad un 23% de los miembros del Consejo de Administración.

15. Que los consejeros dominicales e independientes constituyan una amplia mayoría del consejo de administración y que el número de consejeros ejecutivos sea el mínimo necesario, teniendo en cuenta la complejidad del grupo societario y el porcentaje de participación de los consejeros ejecutivos en el capital de la sociedad.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique

16. Que el porcentaje de consejeros dominicales sobre el total de consejeros no ejecutivos no sea mayor que la proporción existente entre el capital de la sociedad representado por dichos consejeros y el resto del capital.

Este criterio podrá atenuarse:

- a) En sociedades de elevada capitalización en las que sean escasas las participaciones accionariales que tengan legalmente la consideración de significativas.
- b) Cuando se trate de sociedades en las que exista una pluralidad de accionistas representados en el consejo de administración y no existan vínculos entre sí.

Cumple  Explique

17. Que el número de consejeros independientes represente, al menos, la mitad del total de consejeros.

Que, sin embargo, cuando la sociedad no sea de elevada capitalización o cuando, aun siéndolo, cuente con un accionista o varios actuando concertadamente, que controlen más del 30% del capital social, el número de consejeros independientes represente, al menos, un tercio del total de consejeros.

Cumple  Explique

18. Que las sociedades hagan pública a través de su página web, y mantengan actualizada, la siguiente información sobre sus consejeros:

- a) Perfil profesional y biográfico.

- b) Otros consejos de administración a los que pertenezcan, se trate o no de sociedades cotizadas, así como sobre las demás actividades retribuidas que realice cualquiera que sea su naturaleza.
- c) Indicación de la categoría de consejero a la que pertenezcan, señalándose, en el caso de consejeros dominicales, el accionista al que representen o con quien tengan vínculos.
- d) Fecha de su primer nombramiento como consejero en la sociedad, así como de las posteriores reelecciones.
- e) Acciones de la compañía, y opciones sobre ellas, de las que sean titulares.

Cumple       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

20. Que los consejeros dominicales presenten su dimisión cuando el accionista a quien representen transmita íntegramente su participación accionarial. Y que también lo hagan, en el número que corresponda, cuando dicho accionista rebaje su participación accionarial hasta un nivel que exija la reducción del número de sus consejeros dominicales.

Cumple       Cumple parcialmente       Explique       No aplicable

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 concorra justa causa, apreciada por el consejo de administración previo informe de la comisión de nombramientos. En particular, se entenderá que existe justa causa cuando el consejero pase a ocupar nuevos cargos o contraiga nuevas obligaciones que le impidan dedicar el tiempo necesario al desempeño de las funciones propias del cargo de consejero, incumpla los deberes inherentes a su cargo o incurra en algunas de las circunstancias que le hagan perder su condición de independiente, de acuerdo con lo establecido en la legislación aplicable.

También podrá proponerse la separación de consejeros independientes como consecuencia de ofertas públicas de adquisición, fusiones u otras operaciones corporativas similares que supongan un cambio en la estructura de capital de la sociedad, cuando tales cambios en la estructura del consejo de administración vengan propiciados por el criterio de proporcionalidad señalado en la recomendación 16.

Cumple       Explique

22. Que las sociedades establezcan reglas que obliguen a los consejeros a informar y, en su caso, dimitir en aquellos supuestos que puedan perjudicar al crédito y reputación de la sociedad y, en particular, les obliguen a informar al consejo de administración de las causas penales en las que aparezcan como imputados, así como de sus posteriores vicisitudes procesales.

Y que si un consejero resultara procesado o se dictara contra él auto de apertura de juicio oral por alguno de los delitos señalados en la legislación societaria, el consejo de administración examine el caso tan pronto como sea posible y, a la vista de sus circunstancias concretas, decida si procede o no que el consejero continúe en su cargo. Y que de todo ello el consejo de administración dé cuenta, de forma razonada, en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple

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

24. Que cuando, ya sea por dimisión o por otro motivo, un consejero cese en su cargo antes del término de su mandato, explique las razones en una carta que remitirá a todos los miembros del consejo de administración. Y que, sin perjuicio de que dicho cese se comunique como hecho relevante, del motivo del cese se dé cuenta en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

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

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

Cumple parcialmente

Explique

La recomendación se cumple de manera parcial dado que durante el ejercicio 2017 el Consejo de Administración se ha reunido en 7 ocasiones.

La compañía considera que ese número de reuniones han sido suficientes para que el Consejo de Administración desempeñe con eficacia la totalidad de las funciones en él delegadas.

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

Cumple parcialmente

Explique

28. Que cuando los consejeros o el secretario manifiesten preocupación sobre alguna propuesta o, en el caso de los consejeros, sobre la marcha de la sociedad y tales preocupaciones no queden resueltas

en el consejo de administración, a petición de quien las hubiera manifestado, se deje constancia de ellas en el acta.

Cumple       Cumple parcialmente       Explique       No aplicable

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       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       Explique       No aplicable

31. Que el orden del día de las sesiones indique con claridad aquellos puntos sobre los que el consejo de administración deberá adoptar una decisión o acuerdo para que los consejeros puedan estudiar o recabar, con carácter previo, la información precisa para su adopción.

Cuando, excepcionalmente, por razones de urgencia, el presidente quiera someter a la aprobación del consejo de administración decisiones o acuerdos que no figuraran en el orden del día, será preciso el consentimiento previo y expreso de la mayoría de los consejeros presentes, del que se dejará debida constancia en el acta.

Cumple       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       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       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

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  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  Cumple parcialmente  Explique

37. Que cuando exista una comisión ejecutiva, la estructura de participación de las diferentes categorías de consejeros sea similar a la del propio consejo de administración y su secretario sea el de este último.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique  No aplicable

La composición de la Comisión Ejecutiva desde el 1 de enero hasta el 20 de diciembre de 2017, variaba ligeramente con respecto a la del Consejo de Administración dada su importancia como órgano delegado del Consejo; así el porcentaje de consejeros ejecutivos era más reducido, pasando del 23,08% al 16,66% en la Comisión, así como el de consejeros dominicales, del 38,46% en el Consejo a un 33,33% en la Comisión ejecutiva, aumentado por tanto el porcentaje de consejeros independientes.

Dado que los nombramientos por cooptación aprobados el 20 de diciembre de 2017 deberán ser sometidos a la ratificación de la Junta General de Accionistas que se celebrará en el 2018, la sociedad ha decidido posponer el nombramiento de los consejeros independientes que vayan a formar parte de la Comisión Ejecutiva hasta la celebración de dicha Junta.

Señalar que el Presidente del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva es un consejero externo.

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  Cumple parcialmente  Explique  No aplicable

39. Que los miembros de la comisión de auditoría, y de forma especial su presidente, se designen teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o gestión de riesgos, y que la mayoría de dichos miembros sean consejeros independientes.

Cumple  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  Cumple parcialmente  Explique

41. Que el responsable de la unidad que asuma la función de auditoría interna presente a la comisión de auditoría su plan anual de trabajo, informe directamente de las incidencias que se presenten en su desarrollo y someta al final de cada ejercicio un informe de actividades.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique  No aplicable

42. Que, además de las previstas en la ley, correspondan a la comisión de auditoría las siguientes funciones:

1. En relación con los sistemas de información y control interno:

- a) Supervisar el proceso de elaboración y la integridad de la información financiera relativa a la sociedad y, en su caso, al grupo, revisando el cumplimiento de los requisitos normativos, la adecuada delimitación del perímetro de consolidación y la correcta aplicación de los criterios contables.
- b) Velar por la independencia de la unidad que asume la función de auditoría interna; proponer la selección, nombramiento, reelección y cese del responsable del servicio de auditoría interna; proponer el presupuesto de ese servicio; aprobar la orientación y sus planes de trabajo, asegurándose de que su actividad esté enfocada principalmente hacia los riesgos relevantes de la sociedad; recibir información periódica sobre sus actividades; y verificar que la alta dirección tenga en cuenta las conclusiones y recomendaciones de sus informes.
- c) Establecer y supervisar un mecanismo que permita a los empleados comunicar, de forma confidencial y, si resulta posible y se considera apropiado, anónima, las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financieras y contables, que adviertan en el seno de la empresa.

2. En relación con el auditor externo:

- a) En caso de renuncia del auditor externo, examinar las circunstancias que la hubieran motivado.
- b) Velar que la retribución del auditor externo por su trabajo no comprometa su calidad ni su independencia.
- c) Supervisar que la sociedad comunique como hecho relevante a la CNMV el cambio de auditor y lo acompañe de una declaración sobre la eventual existencia de desacuerdos con el auditor saliente y, si hubieran existido, de su contenido.
- d) Asegurar que el auditor externo mantenga anualmente una reunión con el pleno del consejo de administración para informarle sobre el trabajo realizado y sobre la evolución de la situación contable y de riesgos de la sociedad.
- e) Asegurar que la sociedad y el auditor externo respetan las normas vigentes sobre prestación de servicios distintos a los de auditoría, los límites a la concentración del negocio del auditor y, en general, las demás normas sobre independencia de los auditores.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

La sociedad cumple parcialmente la presente Recomendación dado que el auditor externo no mantiene una reunión anual con el pleno del Consejo de Administración de la compañía.

En las reuniones mantenidas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento a las que asiste el auditor externo, se analiza tanto el trabajo realizado por éste, como la evolución de la situación contable y de riesgos de la compañía; dado que el Presidente de la mencionada Comisión informa puntualmente al Consejo de Administración sobre dichos asuntos, la Sociedad considera que el pleno del Consejo de Administración es informado puntualmente sobre la labor realizada por el auditor externo.

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

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

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

45. Que la política de control y gestión de riesgos identifique al menos:

- a) Los distintos tipos de riesgo, financieros y no financieros (entre otros los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales) a los que se enfrenta la sociedad, incluyendo entre los financieros o económicos, los pasivos contingentes y otros riesgos fuera de balance.
- b) La fijación del nivel de riesgo que la sociedad considere aceptable.
- c) Las medidas previstas para mitigar el impacto de los riesgos identificados, en caso de que llegaran a materializarse.
- d) Los sistemas de información y control interno que se utilizarán para controlar y gestionar los citados riesgos, incluidos los pasivos contingentes o riesgos fuera de balance.

Cumple

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

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

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

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

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

Cumple parcialmente

Explique

51. Que la comisión de retribuciones consulte al presidente y al primer ejecutivo de la sociedad, especialmente cuando se trate de materias relativas a los consejeros ejecutivos y altos directivos.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones consulta al Presidente, al primer ejecutivo y al Consejo de Administración en pleno, las materias relativas a los consejeros ejecutivos y las más sensibles aplicables a la alta dirección.

En lo demás, las cuestiones relativas a la alta dirección son puestas en conocimiento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

52. Que las reglas de composición y funcionamiento de las comisiones de supervisión y control figuren en el reglamento del consejo de administración y que sean consistentes con las aplicables a las comisiones legalmente obligatorias conforme a las recomendaciones anteriores, incluyendo:

- a) Que estén compuestas exclusivamente por consejeros no ejecutivos, con mayoría de consejeros independientes.
- b) Que sus presidentes sean consejeros independientes.
- c) Que el consejo de administración designe a los miembros de estas comisiones teniendo presentes los conocimientos, aptitudes y experiencia de los consejeros y los cometidos de cada comisión, delibere sobre sus propuestas e informes; y que rinda cuentas, en el primer pleno del consejo de administración posterior a sus reuniones, de su actividad y que respondan del trabajo realizado.
- d) Que las comisiones puedan recabar asesoramiento externo, cuando lo consideren necesario para el desempeño de sus funciones.
- e) Que de sus reuniones se levante acta, que se pondrá a disposición de todos los consejeros.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

53. Que la supervisión del cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo, de los códigos internos de conducta y de la política de responsabilidad social corporativa se atribuya a una o se reparta entre varias comisiones del consejo de administración que podrán ser la comisión de auditoría, la de nombramientos, la comisión de responsabilidad social corporativa, en caso de existir, o una comisión especializada que el consejo de administración, en ejercicio de sus facultades de auto-organización, decida crear al efecto, a las que específicamente se les atribuyan las siguientes funciones mínimas:

- a) La supervisión del cumplimiento de los códigos internos de conducta y de las reglas de gobierno corporativo de la sociedad.
- b) La supervisión de la estrategia de comunicación y relación con accionistas e inversores, incluyendo los pequeños y medianos accionistas.
- c) La evaluación periódica de la adecuación del sistema de gobierno corporativo de la sociedad, con el fin de que cumpla su misión de promover el interés social y tenga en cuenta, según corresponda, los legítimos intereses de los restantes grupos de interés.
- d) La revisión de la política de responsabilidad corporativa de la sociedad, velando por que esté orientada a la creación de valor.
- e) El seguimiento de la estrategia y prácticas de responsabilidad social corporativa y la evaluación de su grado de cumplimiento.
- f) La supervisión y evaluación de los procesos de relación con los distintos grupos de interés.
- g) La evaluación de todo lo relativo a los riesgos no financieros de la empresa –incluyendo los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales.
- h) La coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad, conforme a la normativa aplicable y a los estándares internacionales de referencia.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

54. Que la política de responsabilidad social corporativa incluya los principios o compromisos que la empresa asuma voluntariamente en su relación con los distintos grupos de interés e identifique al menos:

- a) Los objetivos de la política de responsabilidad social corporativa y el desarrollo de instrumentos de apoyo.
- b) La estrategia corporativa relacionada con la sostenibilidad, el medio ambiente y las cuestiones sociales.
- c) Las prácticas concretas en cuestiones relacionadas con: accionistas, empleados, clientes, proveedores, cuestiones sociales, medio ambiente, diversidad, responsabilidad fiscal, respeto de los derechos humanos y prevención de conductas ilegales.
- d) Los métodos o sistemas de seguimiento de los resultados de la aplicación de las prácticas concretas señaladas en la letra anterior, los riesgos asociados y su gestión.
- e) Los mecanismos de supervisión del riesgo no financiero, la ética y la conducta empresarial.
- f) Los canales de comunicación, participación y diálogo con los grupos de interés.
- g) Las prácticas de comunicación responsable que eviten la manipulación informativa y protejan la integridad y el honor.

Cumple                       Cumple parcialmente                       Explique

55. Que la sociedad informe, en un documento separado o en el informe de gestión, sobre los asuntos relacionados con la responsabilidad social corporativa, utilizando para ello alguna de las metodologías aceptadas internacionalmente.

Cumple                       Cumple parcialmente                       Explique

56. Que la remuneración de los consejeros sea la necesaria para atraer y retener a los consejeros del perfil deseado y para retribuir la dedicación, cualificación y responsabilidad que el cargo exija, pero no tan elevada como para comprometer la independencia de criterio de los consejeros no ejecutivos.

Cumple                       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                       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       Explique       No aplicable

La sociedad considera que cumple parcialmente la recomendación ya que los componentes variables de las remuneraciones del ejercicio 2017 no promueven la sostenibilidad de la empresa y no incluyen 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.

Los criterios considerados en las retribuciones variables son únicamente de contenido económico relacionados principalmente con la generación de valor y rentabilidad al accionista. La Sociedad no considera a día de hoy necesario incluir otros parámetros para el cálculo de los componentes variables de las retribuciones.

59. Que el pago de una parte relevante de los componentes variables de la remuneración se difiera por un período de tiempo mínimo suficiente para comprobar que se han cumplido las condiciones de rendimiento previamente establecidas.

Cumple       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       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       Cumple parcialmente       Explique       No aplicable

62. Que una vez atribuidas las acciones o las opciones o derechos sobre acciones correspondientes a los sistemas retributivos, los consejeros no puedan transferir la propiedad de un número de acciones equivalente a dos veces su remuneración fija anual, ni puedan ejercer las opciones o derechos hasta transcurrido un plazo de, al menos, tres años desde su atribución.

Lo anterior no será de aplicación a las acciones que el consejero necesite enajenar, en su caso, para satisfacer los costes relacionados con su adquisición.

Cumple       Cumple parcialmente       Explique       No aplicable

La Sociedad cumple parcialmente esta recomendación, dado que el Plan de incentivación a medio plazo destinado a los Consejeros, y aprobado en la Junta General celebrada en el 2017, 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.

Para más información se transcribe a continuación el acuerdo aprobado:

“Autorizar al Consejo de Administración para que pueda aprobar el establecimiento de un sistema de retribución (el “Plan”) para Consejeros ejecutivos y Directivos del Grupo Consolidado, consistente en la entrega de acciones de la Sociedad, cuyas características básicas son las siguientes:

- Destinatarios: los consejeros ejecutivos y directivos del Grupo de Sociedades que determine el Consejo de Administración, en total 27 personas aproximadamente.
- Número máximo de acciones a asignar: el número máximo de acciones que se podrán asignar en cada uno de los tres ejercicios de duración del Plan será el equivalente al 0’33% del capital social de la Sociedad. De dicho 0’33%, corresponderá hasta un máximo del 0’11% a los Consejeros ejecutivos de la Sociedad. La Sociedad no ampliará su capital social para dar cobertura al Sistema de Retribución.
- Valor de las acciones: el valor de las acciones que se tomará como referencia a efectos de proceder a la asignación a cada destinatario será el correspondiente a la cotización media de la acción en los treinta días anteriores a la formulación de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2016.
- Precio de ejercicio: las acciones a asignar a cada destinatario del Plan, serán las que resulten de dividir la aportación económica conjunta efectuada por el destinatario y la Sociedad entre el “valor de las acciones”.
- Fecha de concesión: cualquier fecha que acuerde el Consejo de Administración dentro del plazo de 4 meses desde la fecha de aprobación del Plan.
- Plazo de duración: ejercicios 2017 a 2019, ambos incluidos, pudiendo hacerse entrega de las acciones en cualquier momento tras la aprobación de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2019, según determine el Consejo de administración.

Con el objeto de facilitar la ejecución de los acuerdos anteriores, la Junta General acuerda por unanimidad delegar en el Consejo de Administración, con expresas facultades de sustitución en favor de uno cualesquiera de sus miembros, todas las facultades que fueren necesarias para la definición, integración y ejecución de dicho acuerdo.”

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  No aplicable

Los acuerdos contractuales con los consejeros ejecutivos de la Sociedad no incluyen una cláusula que permita a la sociedad reclamar el reembolso de los componente variables de la remuneración cuando el pago no haya estado ajustado a las condiciones de rendimiento o cuando se hayan abonado atendiendo a datos cuya inexactitud quede acreditada con posterioridad.

La Sociedad no considera necesario incluir la mencionada cláusula debido a que considera que el procedimiento interno de verificación del cumplimiento de los componentes variables por parte del Consejo de Administración y por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, impide que puedan abonarse atendiendo a datos inexactos.

64. Que los pagos por resolución del contrato no superen un importe establecido equivalente a dos años de la retribución total anual y que no se abonen hasta que la sociedad haya podido comprobar que el consejero ha cumplido con los criterios de rendimiento previamente establecidos.

Cumple  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.

2017 ha sido un año en el que Mediaset España ha avanzado en materia de diversidad de forma significativa.

En línea con las últimas recomendaciones de gobierno corporativo, la compañía ha tenido siempre, entre sus principales objetivos, el aumentar de forma progresiva el número de consejeras en los órganos de gobierno. Siguiendo con esta línea y dado que 3 de los consejeros independientes debían renunciar a sus cargos por haber superado el plazo recomendado de 12 años, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha buscado deliberadamente entre los potenciales candidatos, mujeres que reunieran los perfiles buscados por la compañía. Así, la Comisión propuso al Consejo de Administración el nombramiento de Doña Consuelo Crespo y Doña Cristina Garmendia como nuevas consejeras, habiendo sido aprobados sus nombramientos por cooptación a finales de ejercicio 2017.

Tras estos nombramientos el porcentaje de consejeras ha pasado de un 7,70% a un 23% cerca del objetivo establecido por las recomendaciones de gobierno corporativo. La presencia femenina ha aumentado también en las comisiones de gobierno de la sociedad, tanto en la de Auditoría y Cumplimiento como en la de Nombramientos y Retribuciones.

Este avance en la representación femenina en los órganos de gobierno es el resultado de la aplicación de la política de diversidad y de selección de consejeros aplicada por la Compañía. Una política de diversidad, aprobada por el Consejo de Administración, cuyos principios de actuación son, entre otros, los siguientes:

- Cumplir con legislación vigente en materia de diversidad así como con las mejores prácticas de gobierno corporativo en esta materia, adoptando las normas y directrices nacionales e internacionales en esta materia.
- Promover 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 del equipo humano de la Compañía.
- Fomentar la implementación de estrategias corporativas que permitan la formación del talento femenino promoviendo el desarrollo de actividades dirigidas a su desarrollo.
- Revisar periódicamente las actividades desarrolladas, con el fin de tener identificadas las potenciales debilidades y puntos de mejora, a efectos de prevenir y mitigar su impacto.
- Utilizar los medios audiovisuales del Grupo Mediaset España para concienciar y sensibilizar a la audiencia sobre la importancia del respeto y cumplimiento de la diversidad.
- Extender a la cadena de proveedores el compromiso de respeto y promoción de la diversidad.

En el ejercicio 2017 se ha llevado a cabo una revisión del Reglamento del Consejo de Administración, del Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y del Reglamento de Nombramientos y Retribuciones, para adaptarlas a las mejores prácticas en materia de buen gobierno.

La propuesta de modificación del Reglamento del Consejo de Administración será presentada ante la Junta general que se celebre en el primer semestre del 2018 para su aprobación y afecta a los artículos 9 "Composición cualitativa del Consejo", 21 "la Comisión de Auditoría y Cumplimiento" y 22 "La Comisión de Nombramientos y Retribuciones". La finalidad de la modificación es adaptar el artículo 21 del Reglamento al artículo 529 tercedies de la LSC y a la modificación del artículo 529 quaterdecies LSC dada por la disposición final 4.20 de la Ley 22/2015, de 20 de julio. Asimismo, se pretende incluir en los artículos 9.7 y 22.3 del Reglamento una referencia expresa a los criterios de promoción de la diversidad en la composición del órgano de administración de conformidad con la nueva redacción del artículo 540.4c) 6º LSC, dada por el Real Decreto Ley 18/2017, de 24 de noviembre, por el que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital y la Ley de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Con relación al Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, las últimas modificaciones han tenido como finalidad incorporar las previsiones básicas incluidas en la Guía Técnica 3/2017 de la CNMV sobre las Comisiones de Auditoría y Cumplimiento, en coordinación con la propuesta de modificación del artículo 21 del Reglamento del Consejo así como con las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno que Mediaset España viene cumpliendo. Las modificaciones han sido numerosas, aunque, desde un punto de vista sustantivo, no introducen ninguna novedad que no fuera ya desempeñada por la propia Comisión en el desarrollo de su normal actividad. Estos cambios afectan a los siguientes artículos: el Artículo 3, sobre la composición cualitativa de la Comisión; el artículo 4, sobre la asistencia del auditor interno y, según en qué casos, del auditor externo a las reuniones de la Comisión, así como la necesidad de aprobar de forma preliminar un plan anual de trabajo; el artículo 5.1, sobre la

necesidad de definir un proceso de selección del auditor externo, supervisión de dicho proceso y evaluación anual de la actuación e independencia de éste en el desempeño de su trabajo; el artículo 5.2, en relación con la supervisión de la información financiera; 5.3, con respecto al Sistema de Control Interno de dicha información; 5.5, en relación con la supervisión de la gestión y del control de los riesgos; 5.7, sobre transparencia y normas de gobierno corporativo, revisión de la política de responsabilidad corporativa, evaluación de riesgos no financieros, y coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad; y el artículo 7, sobre medios y recursos de la Comisión.

La modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones tenía como finalidad introducir referencias a la política de diversidad.

Queremos también destacar el proceso de evaluación realizado en el ejercicio 2017 que ha sido realizado por un consultor externo cumpliendo así con las recomendaciones de gobierno corporativo.

Durante el año 2017 se han mantenido las relaciones con las administraciones públicas en materia fiscal, se ha renovado la alianza y participación de Mediaset España con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, con la Asociación de Emisores Españoles, Autocontrol, a través de la cual se gestiona y controla el mercado publicitario español y con la iniciativa Carbon Disclosure Project.

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.mediaset.es>, asimismo, pueden ponerse en contacto con nosotros a través de la siguiente dirección: [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es).

#### APARTADO C.1.16

En el apartado C.1.16 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 2017, incluido el director de Auditoría Interna:

Director general contenidos - Villanueva de Castro, Manuel  
Director de División de Recursos Humanos y Servicios - Expósito Rodríguez, Luis  
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 División Producciones Especiales - Silvestroni, Giuseppe  
Director auditoría interna - Santamaría Barrio, Angel  
Total:5.344.789 euros

Señalar que el número de derechos de acciones otorgados a la alta dirección de Mediaset España asciende a 65.207 y a 91.182 el número de derechos de acciones otorgados a la alta dirección del Grupo Mediaset España.

Recomendación 17: Para el cálculo del porcentaje de consejeros independientes sobre el total de los consejeros, no se ha tenido en cuenta al actual consejero externo, el cual ha tenido la calificación de independiente durante 12 años consecutivos pasando a ser considerado como consejero externo por haberse cumplido el plazo máximo legal establecido por la Ley de Sociedades de Capital, sin que haya tenido la condición de dominical o ejecutivo en ningún momento.

Este informe anual de gobierno corporativo ha sido aprobado por el consejo de Administración de la sociedad, en su sesión de fecha 27/02/2018.

Indique si ha habido consejeros que hayan votado en contra o se hayan abstenido en relación con la aprobación del presente Informe.

Sí

No

# **Mediaset España Comunicación, S.A.**

Informe de Auditor Referido a la  
"Información Relativa al Sistema de  
Control Interno sobre la Información  
Financiera (SCIIF)" correspondiente al  
ejercicio 2017

27 de febrero de 2018

## **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 2017**

Al Consejo de Administración 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 20 de febrero de 2018, hemos aplicado determinados procedimientos sobre la "Información relativa al SCIIF" incluida dentro del apartado F del Informe Anual de Gobierno Corporativo (en adelante IAGC) adjunto de Mediaset España Comunicación, S.A. correspondiente al ejercicio 2017, en el que se resumen los procedimientos de control interno de la Entidad en relación a la información financiera anual.

El Consejo de Administración es responsable 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 a 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 2017 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 a 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 al Texto Refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2011, de 1 de julio, no expresamos una opinión de auditoría en los términos previstos en la citada normativa.

Se relacionan a continuación los procedimientos aplicados:

1. Lectura y entendimiento de la información preparada por la entidad en relación con el SCIIF – información de desglose incluida en el Informe de Gestión – y evaluación de si dicha información aborda la totalidad de la información requerida que seguirá el contenido mínimo descrito en el apartado F, relativo a la descripción del SCIIF, del modelo de IAGC según se establece en la Circular nº 5/2013 de la CNMV de fecha 12 de junio de 2013, modificada por la Circular 7/2015, de 22 de diciembre, 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, comité de auditoría y otras comisiones de la entidad a los efectos de evaluar la consistencia entre los asuntos en ellas abordados en relación al 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 la Ley 24/1988, de 28 de julio del Mercado de Valores, modificada por la Ley 2/2011, de 4 de marzo de Economía Sostenible y por la Circular nº 5/2013 de la CNMV de fecha 12 de junio de 2013 de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, modificada por la Circular 7/2015, de 22 de diciembre, de la CNMV, a los efectos de la descripción del SCIIF en los Informes Anuales de Gobierno Corporativo.

DELOITTE, S.L.



Mª Concepción Iglesias Jiménez

27 de febrero de 2018

**DON MARIO RODRIGUEZ VALDERAS**, Secretario del Consejo de Administración de la mercantil “MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.”, sociedad con domicilio en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4 y C.I.F. A-79075438, por la presente

**CERTIFICO:**

1º) Que las Cuentas Anuales individuales de ”MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.” (comprensivas del Balance de Situación, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Estado de Cambios en el Patrimonio Neto, Estado de Flujos de Efectivo y la memoria) así como el Informe de Gestión, correspondientes al ejercicio social cerrado el 31 de diciembre de 2017, que constan en las páginas precedentes, impresas a una sola cara, fueron formuladas por los Consejeros abajo firmantes en la reunión del Consejo de Administración celebrada el día 27 de febrero de 2018.

2º) Que, en esa misma reunión, se instruyó al Secretario del Consejo de Administración, D. Mario Rodríguez Valderas, para que, en nombre del Consejo de Administración, rubricara todas y cada una de las páginas comprensivas de las Cuentas Anuales y del Informe de Gestión.

\_\_\_\_\_  
D. Alejandro Echevarría Busquet  
Presidente

\_\_\_\_\_  
D. Fedele Confalonieri  
Vicepresidente

\_\_\_\_\_  
D. Giuliano Adreani  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Alfredo Messina  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Marco Giordani  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Paolo Vasile  
Consejero Delegado

\_\_\_\_\_  
D. Giuseppe Tringali  
Vicepresidente

\_\_\_\_\_  
D. Javier Díez de Polanco  
Vocal

\_\_\_\_\_  
Dña. Consuelo Crespo Bofill  
Vocal

\_\_\_\_\_  
Dña. Helena Revoredo Delvecchio  
Vocal

\_\_\_\_\_  
Dña. Cristina Garmendia Mendizábal  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Massimo Musolino  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Mario Rodriguez Valderas  
Vocal-Secretario

Así lo certifico, a todos los efectos legales, con el visto bueno del Presidente, en Madrid, a 27 de Febrero de 2018.

VºBº  
El Presidente  
D. Alejandro Echevarría Busquet

El Secretario  
D. Mario Rodríguez Valderas

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

Cuentas Anuales Consolidadas e  
Informe de Gestión Consolidado del  
ejercicio 2017, junto con el Informe de  
Auditoría Independiente

## INFORME DE AUDITORÍA DE CUENTAS ANUALES 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 2017, 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 2017, 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 éstas, 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 23 de la memoria consolidada adjunta, las ventas de publicidad suponen aproximadamente un 95% del total de ventas realizadas por el Grupo, y corresponden principalmente con las inserciones de los anuncios de los clientes en los espacios de los que es propietario el Grupo, deducidos descuentos e impuestos relacionados con las ventas.

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

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

### Procedimientos aplicados en la auditoría

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

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

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

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

Finalmente, hemos evaluado la adecuación de los desgloses de información facilitados en la memoria consolidada adjunta (véanse Notas 4 y 23) requeridos por el marco normativo de información financiera que resulta de aplicación.

---

## Otras cuestiones

Las cuentas anuales consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2016 fueron auditadas por otro auditor que expresó una opinión favorable sobre dichas cuentas anuales consolidadas el 23 de febrero de 2017.

---

## Otra información: Informe de gestión consolidado

La otra información comprende exclusivamente el informe de gestión consolidado del ejercicio 2017, cuya formulación es responsabilidad de los administradores de la Sociedad dominante y no forma parte integrante de las cuentas anuales consolidadas.

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

- a) Un nivel específico que resulta de aplicación al estado de la información no financiera consolidado, así como a determinada información incluida en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, según se define en el art. 35.2.b) de la Ley 22/2015, de Auditoría de Cuentas, que consiste en comprobar únicamente que la citada información se ha facilitado en el informe de gestión consolidado o, en su caso, que se haya incorporado en éste la referencia correspondiente al informe separado sobre la información no financiera en la forma prevista en la normativa y, en caso contrario, a informar sobre ello.
- b) Un nivel general aplicable al resto de la información incluida en el informe de gestión consolidado, que consiste en evaluar e informar sobre la concordancia de la citada información con las cuentas anuales consolidadas, a partir del conocimiento del Grupo obtenido en la realización de la auditoría de las citadas cuentas y sin incluir información distinta de la obtenida como evidencia durante la misma, así como evaluar e informar de si el contenido y presentación de esta parte del informe de gestión consolidado son conformes a la normativa que resulta de aplicación. Si, basándonos en el trabajo que hemos realizado, concluimos que existen incorrecciones materiales, estamos obligados a informar de ello.

Sobre la base del trabajo realizado, según lo descrito anteriormente, hemos comprobado que la información mencionada en el apartado a) anterior se facilita en el informe de gestión consolidado y que el resto de la información que contiene el informe de gestión consolidado concuerda con la de las cuentas anuales consolidadas del ejercicio 2017 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 páginas 6 y 7 es parte integrante de nuestro informe de auditoría.

## **Informe sobre otros requerimientos legales y reglamentarios**

---

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

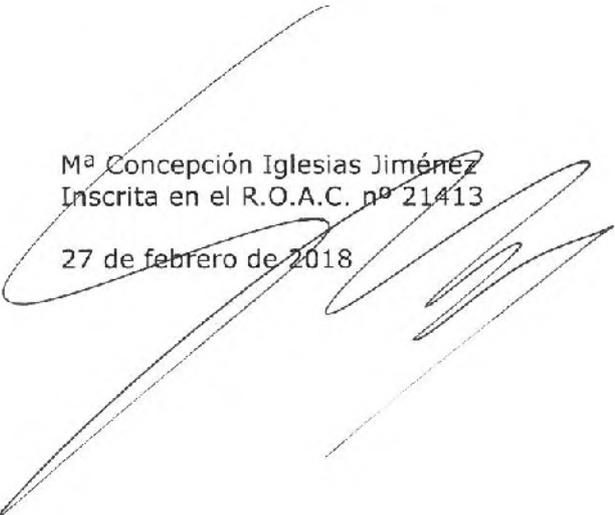
La opinión expresada en este informe es coherente con lo manifestado en nuestro informe adicional para la comisión de auditoría y cumplimiento de la Sociedad dominante de fecha 27 de febrero de 2018.

---

### **Periodo de contratación**

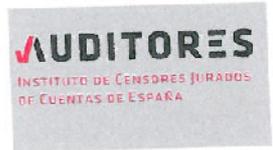
La Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 27 de abril de 2017 nos nombró como auditores del Grupo por un período de tres años, contados a partir del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2017.

DELOITTE, S.L.  
Inscrita en el ROAC nº S0692



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

27 de febrero de 2018



DELOITTE, S.L.

Año 2018 Nº 01/18/00088  
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 2017, elaboradas de acuerdo  
a las Normas Internacionales de Información Financiera  
adoptadas en la Unión Europea (NIIF-UE) e Informe de Gestión Consolidado

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

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017  
(En miles de euros)

<b>ACTIVO</b>	<b>31/12/2017</b>	<b>31/12/2016</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		
Inmovilizado Material (Nota 6)	60.108	57.644
Inmovilizado Intangible (Nota 7)	194.625	202.213
Derechos Audiovisuales (Nota 8)	156.394	171.903
Fondo de Comercio (Nota 9)	288.124	288.124
Inv. contabiliz. por el Método de la Participac. (Nota 10)	8.190	16.245
Activos Financieros no corrientes (Nota 11)	18.355	16.690
Activos por impuestos diferidos (Nota 20.5)	100.975	112.953
<b>Total activo no corriente</b>	<b>826.771</b>	<b>865.772</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
Activos no corrientes mantenidos para la vta. (Nota 13.2)	861	-
Existencias	5.821	6.732
<b>Deudores</b>	<b>252.889</b>	<b>229.733</b>
Clientes por ventas y prestaciones de servicios (Nota 13.2)	236.078	213.882
Clientes, partes vinculadas (Nota 13.2)	1.379	1.387
Deudores varios (Nota 13.2)	11	53
Personal (Nota 13.2)	68	57
Administraciones Públicas (Nota 20.3)	139	799
Activos por impuestos corrientes (Nota 20.3)	15.214	13.555
Otros activos corrientes (Nota 12)	12.721	6.573
Otros activos financieros corrientes (Nota 13.2)	1.785	3.103
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes (Nota 14)	134.148	190.790
<b>Total activo corriente</b>	<b>408.225</b>	<b>436.931</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>1.234.996</b>	<b>1.302.703</b>

Las Notas 1 a 26 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 2017.

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

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2017  
(En miles de euros)

<b>PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>31/12/2017</b>	<b>31/12/2016</b>
<b>PATRIMONIO NETO (Nota 15)</b>		
Capital Social	168.359	168.359
Prima de Emisión de acciones	409.040	409.040
Otras Reservas	225.410	226.998
Acciones Propias	(100.500)	-
Ajustes por cambios de valor (Nota 13.2)	272	-
Resultado del ejercicio atribuible a la Sociedad dominante	197.496	170.997
<b>Total patrimonio neto soc. dominante</b>	<b>900.077</b>	<b>975.394</b>
Socios externos	-	7.897
<b>Total patrimonio neto</b>	<b>900.077</b>	<b>983.291</b>
<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		
Provisiones no corrientes (Nota 16)	13.429	9.151
Deudas con partes vinculadas (Notas 17 y 13.2)	-	7.549
Deudas con terceros (Notas 18 y 13.2)	-	6.105
Otros pasivos no corrientes (Nota 13.2)	266	67
Pasivos por impuesto diferido (Nota 20.5)	18.742	11.784
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>32.437</b>	<b>34.656</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>		
Deudas con partes vinculadas (Nota 13.2)	15.227	22.124
Deudas por compras o prestaciones de servicios (Nota 13.2)	155.981	121.366
Deudas por compras de Derechos Audiovisuales (Nota 13.2)	51.574	62.862
Otras deudas no comerciales	37.831	38.402
Deudas con entidades de crédito (Nota 13.2)	636	924
Deudas con terceros (Nota 18)	-	1.238
Administraciones Públicas (Nota 20.3)	18.875	20.809
Acreedores por adquisición de inmovilizado (Nota 13.2)	2.145	3.358
Remuneraciones pendientes de pago (Nota 13.2)	13.735	11.796
Otras deudas (Nota 13.2)	2.440	277
Provisiones corrientes (Nota 19)	39.095	35.771
Otros pasivos corrientes	2.774	4.231
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>302.482</b>	<b>284.756</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>1.234.996</b>	<b>1.302.703</b>

Las Notas 1 a 26 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 2017.

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

### CUENTA DE RESULTADOS SEPARADA CONSOLIDADA CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017

(En miles de euros)

	<u>31/12/2017</u>	<u>31/12/2016</u>
<b>INGRESOS</b>		
Importe de la cifra de negocios (Nota 23.1)	985.649	985.038
Ventas	979.254	973.479
Descuentos y Rappels	(40.973)	(36.019)
Prestación de servicios	47.368	47.578
Otros ingresos de explotación	10.608	6.945
<b>Total ingresos de explotación</b>	<b>996.257</b>	<b>991.983</b>
<b>GASTOS</b>		
Reducción de prod. terminados y en curso	692	(164)
Aprovisionamientos	229.660	240.917
Gastos de personal (Nota 23.2)	105.646	105.872
Consumo de derechos audiovisuales (Nota 8)	186.849	205.455
Dotaciones amortización (Notas 6 y 7)	18.659	17.924
Variación de provisiones del circulante (Nota 23.3)	(1.748)	(5.999)
Otros gastos (Nota 23.4)	211.159	203.543
<b>Total gastos de explotación</b>	<b>750.917</b>	<b>767.548</b>
<b>Beneficios de explotación</b>	<b>245.340</b>	<b>224.435</b>
Ingreso/(Gasto financiero) (Nota 23.6)	(460)	(460)
Diferencias de cambio (Nota 23.7)	(762)	354
Rdo de Soc. por el método de la participación (Nota 10)	2.735	3.117
Enajenación/Deterioro de otros activos financieros	(2.790)	(4.018)
Ingresos/(gastos) de activos financieros no corrientes disponibles para la venta	3.345	2.387
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>247.408</b>	<b>225.815</b>
Impuesto sobre Sociedades (Nota 20.4)	50.062	55.090
<b>Resultado del ejercicio (Beneficio)</b>	<b>197.346</b>	<b>170.725</b>
<b>Atribuible a:</b>		
Accionistas de la Sociedad dominante	197.496	170.997
Socios Externos (Nota 15.6)	(150)	(272)
<b>Beneficio por acción (Nota 24.1)</b>	<b>0,59</b>	<b>0,52</b>
<b>Beneficio por acción diluido (Nota 24.2)</b>	<b>0,59</b>	<b>0,52</b>

Las Notas 1 a 26 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de esta Cuenta de Resultados Separada Consolidada correspondiente al ejercicio 2017.

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

ESTADO DEL RESULTADO GLOBAL CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017  
(En miles de euros)

---

	<u>31/12/2017</u>	<u>31/12/2016</u>
<b>RESULTADO DEL EJERCICIO</b>	<b>197.346</b>	<b>170.725</b>
Ingresos y Gastos reconocidos directamente en Patrimonio Neto a reclasificar en un futuro a la Cuenta de Resultados	<b>272</b>	-
- Ajustes de valor de activos disponibles para la venta (Nota 13)	272	-
Ingresos y Gastos reconocidos directamente en Patrimonio Neto que no serán reclasificados en un futuro a la Cuenta de Resultados	-	-
<b>RESULTADO GLOBAL DEL EJERCICIO</b>	<b>197.618</b>	<b>170.725</b>
<b>Atribuible a:</b>		
Accionistas de la Sociedad dominante	197.768	170.997
Socios Externos	(150)	(272)

Las Notas 1 a 26 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado del Resultado Global Consolidado correspondiente al ejercicio 2017.

---

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

### ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO ANUAL TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017 (En miles de euros)

	Otras Reservas						Acciones Propias (Nota 15.5)	Ajustes por cambio de Valor	Resultado ejercicio	Tot. Patrim. Neto soc. Dominante	Socios Externos (Nota 15.6)	Total
	Capital Social (Nota 15.1)	Prima de emisión (Nota 15.2)	Reserva legal (Nota 15.3)	Planes de incent. s/acciones	Otras Reservas	Total otras Reservas						
<b>Balance a 31.12.2016</b>	<b>168.359</b>	<b>409.040</b>	<b>33.672</b>	-	<b>193.326</b>	<b>226.998</b>	-	-	<b>170.997</b>	<b>975.394</b>	<b>7.897</b>	<b>983.291</b>
Componentes de otro resultado global	-	-	-	-	-	-	-	272	-	<b>272</b>	-	<b>272</b>
Resultado del periodo	-	-	-	-	-	-	-	-	197.496	<b>197.496</b>	(150)	<b>197.346</b>
<b>Resultado Global</b>	-	-	-	-	-	-	-	<b>272</b>	<b>197.496</b>	<b>197.768</b>	<b>(150)</b>	<b>197.618</b>
Distribución del resultado	-	-	-	-	170.997	<b>170.997</b>	-	-	(170.997)	-	-	-
Dividendos (Nota 15.4)	-	-	-	-	(175.720)	<b>(175.720)</b>	-	-	-	<b>(175.720)</b>	-	<b>(175.720)</b>
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	-	-	-	-	-	-	(100.500)	-	-	<b>(100.500)</b>	-	<b>(100.500)</b>
Otros movimientos	-	-	-	-	3.135	<b>3.135</b>	-	-	-	<b>3.135</b>	(7.747)	<b>(4.612)</b>
<b>Balance a 31.12.2017</b>	<b>168.359</b>	<b>409.040</b>	<b>33.672</b>	-	<b>191.738</b>	<b>225.410</b>	<b>(100.500)</b>	<b>272</b>	<b>197.496</b>	<b>900.077</b>	-	<b>900.077</b>
<b>Balance a 31.12.2015</b>	<b>183.088</b>	<b>697.597</b>	<b>40.686</b>	<b>353</b>	<b>188.681</b>	<b>229.720</b>	<b>(214.838)</b>	-	<b>166.167</b>	<b>1.061.734</b>	<b>8.169</b>	<b>1.069.903</b>
Componentes de otro resultado global	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Resultado del periodo	-	-	-	-	-	-	-	-	170.997	<b>170.997</b>	(272)	<b>170.725</b>
<b>Resultado Global</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	<b>170.997</b>	<b>170.997</b>	<b>(272)</b>	<b>170.725</b>
Distribución del resultado	-	-	-	-	166.167	<b>166.167</b>	-	-	(166.167)	-	-	-
Dividendos (Nota 15.4)	-	-	-	-	(167.404)	<b>(167.404)</b>	-	-	-	<b>(167.404)</b>	-	<b>(167.404)</b>
Reducción de capital	(14.729)	(288.557)	-	-	-	-	303.286	-	-	-	-	-
Operaciones con acciones o participaciones propias (netas)	-	-	-	-	-	-	(91.413)	-	-	<b>(91.413)</b>	-	<b>(91.413)</b>
Planes de incent. mediante acciones	-	-	-	(353)	(971)	<b>(1.324)</b>	2.965	-	-	<b>1.641</b>	-	<b>1.641</b>
Otros movimientos	-	-	(7.014)	-	6.853	<b>(161)</b>	-	-	-	<b>(161)</b>	-	<b>(161)</b>
<b>Balance a 31.12.2016</b>	<b>168.359</b>	<b>409.040</b>	<b>33.672</b>	-	<b>193.326</b>	<b>226.998</b>	-	-	<b>170.997</b>	<b>975.394</b>	<b>7.897</b>	<b>983.291</b>

Las Notas 1 a 26 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado de Cambios en el Patrimonio Neto Consolidado del ejercicio 2017.

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

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO ANUAL  
TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017  
(En miles de euros)

	<u>31/12/2017</u>	<u>31/12/2016</u>
<b><u>TESORERÍA PROCEDENTE DE LA ACTIVIDAD OPERATIVA</u></b>		
<b>Beneficio neto antes de impuestos</b>	<b><u>247.408</u></b>	<b><u>225.815</u></b>
<i>Ajustes</i>		
Consumo de derechos audiovisuales (Nota 8)	186.849	205.455
Amortizaciones y depreciaciones (Nota 6 y 7)	18.659	17.924
Resultado por soc. por puesta en equivalencia método de la participación (Nota 10)	(2.735)	(3.117)
Variación provisiones circulante	(1.748)	(5.999)
Variación provisiones por riesgos y gastos y otros	4.858	1.732
Gasto financiero neto (Nota 23.6)	460	460
Diferencias de cambio neto (Nota 23.7)	762	(354)
Bajas de otros activos	301	921
Deterioro de otros activos financieros	2.790	4.018
Resultado por enajenación de otros activos financieros	(3.345)	(2.387)
<b>Beneficio de explotación antes de cambios en el circulante</b>	<b><u>454.259</u></b>	<b><u>444.468</u></b>
<i>Variación en activos y pasivos operativos neto de efectos derivados de adquisición de nuevas inversiones</i>		
Existencias	911	(157)
Cuentas a cobrar	(20.440)	16.718
Otros activos corrientes	(7.116)	7.567
Acreedores	27.718	17.662
Otros pasivos corrientes y no corrientes	910	(2.886)
Variación provisiones de pasivo	3.324	834
<b>Tesorería procedente de las actividades operativas</b>	<b><u>459.566</u></b>	<b><u>484.206</u></b>
Impuestos pagados en origen	(33.146)	(33.675)
Otros pagos/cobros	(579)	(2.967)
<b>Tesorería neta procedente de las actividades operativas (A)</b>	<b><u>425.841</u></b>	<b><u>447.564</u></b>
<b><u>TESORERÍA PROCEDENTE DE ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</u></b>		
Adquisición inmovilizado material	(12.416)	(13.995)
Adquisiciones de derechos audiovisuales	(184.485)	(185.749)
Desinversión de derechos audiovisuales (Nota 8)	1.857	-
Adquisición en inmovilizado inmaterial (Nota 7)	(3.036)	(3.275)
Inversión/Desinversión en inmovilizado financiero	(3.247)	(5.744)
Inversión/Desinversión en asociadas	(351)	1.575
Inversión/Desinversión en activos financieros no corrientes (Nota 10)	8.800	-
Inversión otros activos financieros corrientes y no corrientes	1.318	(2.084)
Dividendos recibidos (Nota 10)	2.342	2.566
Intereses recibidos	24	484
<b>Tesorería neta aplicada a las operaciones de inversión (B)</b>	<b><u>(189.194)</u></b>	<b><u>(206.222)</u></b>
<b><u>TESORERÍA APLICADA A LAS ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN</u></b>		
Financiación a largo plazo	(13.654)	-
Intereses pagados	(805)	(1.258)
Dividendos pagados (Nota 15.4)	(175.720)	(167.404)
Financiación a corto plazo	(1.526)	(3.178)
Compra acciones propias (Nota 15.5)	(100.822)	(91.396)
Cobros procedentes del ejercicio de opciones	-	1.641
<b>Tesorería neta aplicada en las actividades de financiación (C)</b>	<b><u>(292.527)</u></b>	<b><u>(261.595)</u></b>
<b>Incremento/Decremento de tesorería y otros activos equivalentes [D=A+B+C]</b>	<b><u>(55.880)</u></b>	<b><u>(20.253)</u></b>
<b>Efecto de la variación del tipo de cambio (Nota 23.7)</b>	<b><u>(762)</u></b>	<b><u>(354)</u></b>
<b>Variación neta en tesorería y otros activos equivalentes</b>	<b><u>(56.642)</u></b>	<b><u>(20.607)</u></b>
<b>Efectivo y otros activos equivalentes al principio del ejercicio (Nota 14)</b>	<b><u>190.790</u></b>	<b><u>211.397</u></b>
<b>Efectivo y otros activos equivalentes al final del ejercicio (Nota 14)</b>	<b><u>134.148</u></b>	<b><u>190.790</u></b>

Las Notas 1 a 26 descritas en las notas explicativas adjuntas forman parte integrante de este Estado de Flujos de Efectivo Consolidado del ejercicio 2017.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **MEMORIA DE LAS CUENTAS ANUALES CONSOLIDADAS DEL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017**

#### **1. Objeto social de las Sociedades pertenecientes al Grupo Mediaset España Comunicación, S.A.**

##### **MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A. - SOCIEDAD DOMINANTE**

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

La Sociedad tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. Al 31 de diciembre de 2017 explota comercialmente siete canales de Televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y Be Mad). Las licencias concedidas para la explotación de dichos canales se han ido produciendo de la siguiente manera:

- Con arreglo a los términos de la concesión realizada por el Estado, mediante Resolución de 28 de agosto de 1989 de la Secretaría General de Comunicaciones y contrato de concesión formalizado en Escritura Pública de fecha 3 de octubre de 1989, así como todas las operaciones que sean natural antecedente y consecuencia de dicha gestión.
- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 10 de marzo de 2000, fue renovada dicha Concesión por un periodo de diez años a contar desde el 3 de abril de 2000.
- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 25 de noviembre de 2005, se amplió el contrato concesional de forma simultánea al del resto de concesionarios de ámbito nacional, otorgándose tres canales de Televisión Digital Terrestre (TDT).
- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 26 de marzo de 2010, fue renovada dicha Concesión por otros diez años más. La Sociedad ha realizado todas las inversiones precisas para el inicio de emisiones digitales de acuerdo con lo previsto en el Real Decreto 2169/1998 de 9 de octubre que aprobó el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. Sin perjuicio de lo anterior, de conformidad con lo establecido en la Disposición Transitoria Segunda de la Ley Audiovisual, la Sociedad solicitó el 3 de mayo de 2010 la transformación de la concesión en licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual. Mediante el Acuerdo del Consejo de Ministros de 11 de junio de 2010 tuvo lugar la transformación de la concesión en licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual, con una vigencia de 15 años, prorrogables de forma automática por el mismo plazo, siempre que se cumplan los requisitos del artículo 28 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo (Ley Audiovisual).

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017

(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 Sogecuatro, S.A. en 2010, se obtuvieron las licencias correspondientes al Multiplex de Cuatro (Cuatro y tres canales más).
- Con fecha 6 de mayo de 2014 se procedió a dejar de emitir los canales digitales La Siete y Nueve, para dar cumplimiento a la Sentencia de la Sala Tercera del Tribunal Supremo, acordada en la reunión de fecha de 22 de marzo de 2013 del Consejo de Ministros.
- Por acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de octubre de 2015 se le adjudica a la Sociedad la licencia para la explotación de un nuevo canal de TDT en alta definición, con una vigencia de 15 años, prorrogables en los términos estipulados por la Ley Audiovisual. Dicho canal, Be Mad, inició las emisiones en directo con fecha 21 de abril de 2016, dentro del plazo legal fijado en el pliego de condiciones de concesión de la licencia.
- La Sociedad tiene una duración indefinida, según se establece en el artículo 3º de los Estatutos.
- La Sociedad comenzó su cotización en Bolsa el día 24 de junio de 2004, cotizando en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, pasando a formar parte del índice IBEX-35 el 3 de enero de 2005.
- La actividad del Grupo se centra en la explotación publicitaria de los canales de televisión de los que es concesionario así como la realización de actividades análogas y complementarias y relacionadas a dicha actividad tales como:
  - Producción Audiovisual
  - Agencia de noticias
  - Promoción Publicidad

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

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

<b>Sociedades consolidadas por integración global</b>	País	2017	2016
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	España	100%	100%
Telecinco Cinema, S.A.U.	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%	75%
Publimedia Gestión, S.A.U. (1)	España	100%	100%
Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.)	España	100%	100%
Sogecable Editorial, S.L.U.	España	100%	100%
Premiere Megaplex, S.A.U.	España	-	100%
Integración Transmedia, S.A.U. (1)	España	-	100%
Netsonic, S.L. (1)	España	100%	69,86%
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	España	100%	-
<b>Sociedades integradas por el método de la participación</b>	País	2017	2016
Pegaso Televisión, Inc	EEUU	43,7%	43,7%
Producciones Mandarina, S.L.	España	30%	30%
La Fábrica de la Tele, S.L.	España	30%	30%
Furia de Titanes II, A.I.E. (3)	España	34%	34%
Megamedia Televisión, S.L. (2)	España	30%	30%
Supersport Televisión, S.L.	España	30%	30%
Emissions Digitals de Catalunya, S.A.	España	-	34,66%
Aunia Publicidad Interactiva, S.L. (1)	España	50%	50%
Alea Media, S.A.	España	40%	-
Melodía Producciones, S.L.	España	40%	-
Adtech Ventures, S.p.A. (1)	Italia	50%	-

(1) La participación en estas Sociedades es a través de Publiespaña, S.A.U.

(2) La participación en esta Sociedad es a través de Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

(3) La participación en esta A.I.E. es a través de 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 2017  
(En miles de euros)

---

### **Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017**

- El 11 de enero de 2017 el Grupo ha constituido la sociedad Concursos Multiplataformas, S.A.U. de la que posee el 100% de su capital social.
- El 24 de enero de 2017 Integración Transmedia, S.A.U., pasa a denominarse Alea Media, S.A. En la misma fecha, el Grupo ha vendido el 60% de la participación de la sociedad Alea Media, S.A.
- El 23 de marzo de 2017 el Grupo ha vendido el 100% de la participación de la sociedad Premiere Megaplex, S.A.U.
- El 5 de abril de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 40% de la sociedad Melodía Producciones, S.L.
- El 11 de julio de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 50% de la sociedad Adtech Ventures, S.p.A.
- El 2 de agosto el Grupo ha vendido el 34,66% que poseía de la sociedad Emissions Digitals de Catalunya, S.A.
- El 23 de octubre de 2017 el Grupo ha adquirido a Mediaset Investment S.A.R.L., el 25% que ésta poseía de la sociedad Mediacinco Cartera, S.L.U., pasando así a poseer el 100% de la citada sociedad.
- El 13 de diciembre de 2017 el Grupo ha adquirido el 30,14% que le restaba de Netsonic, S.L. hasta completar el 100%.

### **Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2016**

- El 4 de marzo de 2016 el Grupo adquirió una participación del 50% de la sociedad Aunia Publicidad Interactiva, S.L.
- Con fecha 25 de octubre de 2016 se inscribió en el Registro Mercantil de Barcelona la ampliación de capital de Emissions Digitals de Catalunya, S.A. a la que el Grupo contribuyó con 811 miles de euros. Al ser dicha aportación inferior en términos proporcionales a la del resto de accionistas, el porcentaje de participación pasó del 40% al 34,66%.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **SOCIEDADES DEPENDIENTES**

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

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

##### **Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.**

La Sociedad Grupo Editorial Tele 5, 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.

##### **Telecinco Cinema, S.A.U.**

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

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

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

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **Publiespaña, S.A.U.**

Publiespaña, S.A.U. se constituyó el 3 de noviembre de 1988. Su domicilio social está fijado en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4 de Madrid.

La Sociedad tiene por objeto la realización de las siguientes actividades:

- a) La realización y ejecución de proyectos publicitarios y las tareas relacionadas con la contratación, intermediación y difusión de mensajes publicitarios en cualquiera de sus modalidades posibles, a través de cualquier medio de difusión o comunicación social.
- b) La realización de actividades relacionadas, directa o indirectamente, con el marketing, el merchandising, la televenta y cualesquiera otras actividades comerciales.
- c) La organización y producción de eventos o acontecimientos culturales, deportivos, musicales o de cualquier otro tipo, así como la adquisición y explotación en cualquier forma de toda clase de derechos que recaigan sobre los mismos.
- d) La prestación de servicios de asesoría, análisis y gestión por cualquier procedimiento en relación con las actividades antes relacionadas.
- e) Las actividades enumeradas podrán ser desarrolladas por la Sociedad total o parcialmente de forma indirecta, mediante la participación en otras sociedades con objeto análogo.

### **Conecta 5 Telecinco, S.A.U.**

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

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **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 2017 la participación mantenida asciende al 100% del capital social (75% al 31 de diciembre de 2016). Esta sociedad no tiene actividad en la actualidad.

### **Advertisement 4 Adventure, S.L.U.** (antes Sogecable Media, 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 2017  
(En miles de euros)

---

### **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 incluye, 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.

### **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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **2. 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.**

La empresa Netsonic, S.L. 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. ha adquirido la parte correspondiente a los socios minoritarios alcanzando el 100% de la participación (69,86% al 31 de diciembre de 2016).

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### **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 ni control conjunto.

#### **1. Participación directa a través de Mediaset España Comunicación, S.A.**

<b>Sociedad</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>Actividad</b>
Pegaso Televisión, Inc. 1401 Brickell Avenue – Ste 500 Miami, Florida	43,71%	43,71%	Sociedad a través de la cual se canaliza la inversión en un canal de televisión de habla hispana que emite en la costa este de Estados Unidos y en Puerto Rico.
Emissions Digitals de Catalunya, S.A. Avda Diagonal, 477 08021 Barcelona	-	34,66%	Promoción, producción, explotación y gestión por cuenta propia o ajena, de todo tipo de actividades relacionadas con la radiodifusión y la televisión, incluida la gestión indirecta del servicio público de televisión digital terrestre.
Producciones Mandarina, S.L. C/ María Tubau, 3 28050 Madrid	30%	30%	Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación comercial.
La Fábrica de la Tele, S.L. C/ Frómista, 5 28050 Madrid	30%	30%	Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación comercial.
Supersport Televisión, S.L. C/ Federico Mompou, 5 Bis 28049 Madrid	30%	30%	Producción de programas de naturaleza informativa, particularmente de contenido deportivo.
Alea Media, S.A. Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4 28049 Madrid	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%	-	Creación, desarrollo, producción, adquisición y explotación comercial, de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales, incluidas las grabaciones audiovisuales.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

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

Sociedad	2017	2016	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 Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

Sociedad	2017	2016	Actividad
Megamedia Televisión, S.L. C/ Federico Mompou, 5 bis 28049 Madrid	30%	30%	Creación, desarrollo, producción y explotación de contenidos audiovisuales multimedia.

### 4. Participación indirecta a través de Publiespaña, S.A.U.

Sociedad	2017	2016	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%	-	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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **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 2017 han sido formuladas:

- Por los Administradores, en reunión de su Consejo de Administración celebrado el día 27 de febrero de 2018.
- 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 Europa.

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.
- Sobre la base del coste de adquisición, excepto para instrumentos financieros derivados y activos financieros disponibles para la venta, que han sido registrados por su valor razonable.
- De forma que muestran la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera, consolidados, del Grupo al 31 de diciembre de 2017 y de los resultados de sus operaciones, de los cambios en el Patrimonio Neto y de los Flujos de Efectivo, consolidados, que se han producido en el Grupo en el ejercicio terminado en dicha fecha.
- A partir de los registros de contabilidad mantenidos por la Sociedad dominante y por las restantes entidades integradas en el Grupo.

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Dado que los principios contables y criterios de valoración aplicados en la preparación de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo del ejercicio 2017 y 2016 (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 2017 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 2017.

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 2017, 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **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 2016, ya que ninguna nueva norma, interpretación o modificación aplicable por primera vez en este ejercicio ha tenido impacto para el Grupo.

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

Para aquellas normas que se estima puedan tener un eventual impacto más significativo (NIIF 15, NIIF 9 y NIIF 16), la Dirección ha evaluado los potenciales impactos de la aplicación futura de la NIIF 9, 15 y 16 estas normas y considera que su entrada en vigor no tendrá un efecto significativo. A este respecto, los resultados de la evaluación realizada son los siguientes:

##### **NIIF 9 Instrumentos financieros**

La NIIF 9 sustituye a partir del ejercicio anual iniciado el 1 de enero de 2018 a la NIC 39 y afecta tanto a instrumentos financieros de activo como de pasivo, cubriendo tres grandes bloques: (i) Clasificación y valoración, (ii) deterioro de valor y (iii) contabilidad de coberturas. El Grupo ha realizado un análisis sobre los impactos que la NIIF 9 tendría en las cuentas anuales consolidadas correspondientes al cierre anual terminado el 31 de diciembre de 2017.

Existen diferencias muy relevantes con la norma actual de reconocimiento y valoración de los instrumentos financieros, siendo las más significativas:

Las inversiones en deuda que se mantengan dentro de un modelo de negocio cuyo objetivo sea la obtención de los flujos de caja contractuales que consistan exclusivamente en pagos de principal e intereses, en general, se valorarán al coste amortizado. Cuando dichos instrumentos de deuda se mantengan dentro de un modelo de negocio cuyo objetivo se logre mediante la obtención de flujos de caja contractuales de principal e intereses y la venta de activos financieros, en general, se medirán a su valor razonable con cambios en otro resultado integral. Todas las demás inversiones en deuda y patrimonio se medirán a su valor razonable con cambios en pérdidas y ganancias. Sin embargo, las entidades pueden optar irrevocablemente por presentar en el “Estado del Resultado Global Consolidado” los cambios posteriores en el valor razonable de determinadas inversiones en instrumentos de patrimonio y, en general, en este caso sólo los dividendos se reconocerán posteriormente en el resultado.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Las modificaciones contractuales de los pasivos financieros que no determinen su baja del balance deben contabilizarse como un cambio de estimación de los flujos contractuales del pasivo, manteniendo la tasa de interés efectiva original y ajustando su valor en libros en la fecha de la modificación, registrando la diferencia en la Cuenta de Resultados Consolidada Separada.

En relación con el deterioro de valor de los activos financieros, la nueva NIIF 9 requiere la aplicación de un modelo basado en la pérdida esperada, frente al modelo de la actual NIC 39 estructurado sobre la pérdida incurrida. Bajo dicho modelo la entidad contabilizará la pérdida esperada, así como los cambios en ésta a cada fecha de presentación, para reflejar los cambios en el riesgo de crédito desde la fecha de reconocimiento inicial.

La nueva NIIF 9 ha aportado un mayor grado de flexibilidad en cuanto a las clases de operaciones aptas para la aplicación de la contabilidad de coberturas, concretamente ampliando las clases de instrumentos que cumplen con los criterios para su consideración como instrumentos de cobertura, y en cuanto a las clases de componentes de riesgo de las partidas no financieras que son aptas para la contabilización de coberturas. Asimismo, se ha revisado el test de eficacia, que ha sido sustituido por el principio de “relación económica”. La evaluación retroactiva de la eficacia de la cobertura ha dejado de ser necesaria.

La intención del Grupo es aplicar la NIIF 9 retroactivamente, sin re-expresión de la información comparativa. A partir de un análisis de los activos y pasivos financieros del Grupo al 31 de diciembre de 2017, efectuado sobre la base de los hechos y circunstancias existentes a dicha fecha, la Dirección del Grupo ha llevado a cabo una evaluación del efecto de la NIIF 9 sobre las cuentas anuales consolidadas, siendo las conclusiones más relevantes de los eventuales efectos en el Grupo obtenidas de la evaluación realizada las siguientes:

i) Clasificación y valoración de instrumentos financieros

Los créditos concedidos y las cuentas a cobrar a coste amortizado, cuyos importes se detallan en la Nota 13.2, se mantienen dentro de un modelo de negocio cuyo objetivo es cobrar los flujos de efectivo contractuales que son únicamente pagos de principales e intereses sobre principal pendiente. En consecuencia, estos activos financieros continuarán valorándose al coste amortizado de acuerdo con la aplicación de la NIIF 9.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Respecto a los instrumentos de patrimonio actualmente clasificados como inversiones financieras disponibles para la venta (ver Nota 11) cuyos cambios de valor razonable se reconocen en el patrimonio, pero que se imputan a resultados cuando se venden, continuarán registrándose por su valor razonable, si bien, a fecha actual, el grupo no ha decidido si reconocerá los cambios de valor con impacto en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada, lo que podría incrementar la volatilidad del mismo, o bien si se acogerá a la opción irrevocable de clasificación en la nueva categoría con reconocimiento de los cambios de valor en patrimonio neto, que no permite la imputación posterior a resultados.

En este sentido, el importe de las pérdidas y ganancias acumuladas registradas como "Ajustes por cambios de valor" en Patrimonio asciende a 272 miles de euros.

Por su parte, el Grupo no cuenta con pasivos financieros que fuesen objeto de renegociación. Todos los demás activos financieros y pasivos financieros continuarán siendo valorados sobre las mismas bases adoptadas actualmente con NIC 39.

### ii) Deterioro de valor de activos financieros

Los activos financieros valorados al coste amortizado y los importes pendientes de cobro a clientes estarán sujetos a lo dispuesto en la nueva NIIF 9 en materia de deterioro de valor. La nueva norma reemplaza los modelos de "Pérdida incurrida" establecidos en la actual NIC 39 por un único modelo de "Pérdida esperada". Este nuevo modelo requiere el registro, en la fecha de reconocimiento inicial de los activos financieros, de la pérdida esperada que resulte de un evento de "default" durante los próximos 12 meses o durante toda la vida del contrato, dependiendo de la evolución del riesgo de crédito del activo financiero desde su reconocimiento inicial en balance o por la aplicación de los modelos "simplificados" permitidos por la norma para algunos activos financieros.

A 31 de diciembre de 2017, el Grupo tiene dotadas provisiones sobre sus distintos activos financieros, no obstante, deberá aumentar el saldo de las mismas con la aplicación del nuevo modelo de NIIF 9.

El Grupo espera aplicar el enfoque simplificado para reconocer la pérdida esperada y está ultimando el modelo completo de pérdida esperada. En este contexto la estimación preliminar, así como un análisis de sensibilidad de la misma, sobre la dotación adicional requerida por la aplicación del nuevo modelo de "Pérdida esperada" sobre los saldos de activos financieros mantenidos a 1 de enero de 2018, muestran que las dotaciones adicionales por deterioro a dicha fecha (decremento del epígrafe del balance de situación consolidado "otras reservas") se estima en un importe no significativo.

### iii) Contabilidad de coberturas

El Grupo no dispone de instrumentos de cobertura al 31 de diciembre de 2017 y 2016.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con clientes**

La NIIF 15 es la nueva norma comprensiva de reconocimiento de ingresos con clientes que, en los ejercicios iniciados a partir del 1 de enero de 2018, va a sustituir a las siguientes normas e interpretaciones actualmente en vigor: NIC 18 Ingresos de actividades ordinarias, NIC 11 Contratos de construcción, CINIIF 13 Programas de fidelización de clientes, CINIIF 15 Acuerdos para la construcción de inmuebles, CINIIF 18 Transferencias de activos procedentes de clientes y SIC- 31 Ingresos- Permutas de servicios de publicidad.

De acuerdo a los nuevos 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. Asimismo, se incorporan directrices de carácter mucho más prescriptivo para escenarios específicos, y exige un amplio desglose de información.

En relación con la citada norma, en el negocio del Grupo Mediaset España Comunicación, la aplicación de los criterios recogidos en la NIIF 15 no supondrá que el reconocimiento de ingresos difiera significativamente del que se aplica en la actualidad.

Finalmente, señalar que la Dirección no ha aplicado la norma de forma anticipada en este ejercicio 2017 y, por otro lado, en relación con los métodos de transición, la intención del Grupo es aplicar la NIIF 15 de forma retroactiva sin reexpresión de la información comparativa.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **NIIF 16 Arrendamientos**

La NIIF 16 entrará en vigor en 2019 y sustituirá a la NIC 17 y las interpretaciones asociadas actuales. La novedad central de la NIIF 16 radica en que habrá un modelo contable único para los arrendatarios, que incluirán en el balance todos los arrendamientos (con algunas excepciones limitadas) con un impacto similar al de los actuales arrendamientos financieros (habrá amortización del activo por el derecho de uso y un gasto financiero por el coste amortizado del pasivo).

La Dirección está valorando cuál será el efecto total de la aplicación de NIIF 16 en las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo. En dicha valoración se está llevando a cabo un análisis de los contratos de alquiler considerando los hechos y las circunstancias actuales. Dado que éstos pueden variar durante el período transcurrido hasta la fecha de aplicación inicial de la NIIF 16, que está prevista para el 1 de enero de 2019, ya que la entidad, a fecha actual, no tiene intención de aplicar la norma de forma anticipada, la evaluación del efecto potencial está sujeta a cambio. Adicionalmente, a fecha actual, no se ha decidido la opción que se aplicará en fecha de transición.

### **Modificación NIIF 4 – Contratos de seguro**

Esta modificación de la norma, publicada en septiembre de 2016 y con inicio de vigencia a partir del 1 de enero de 2018, permite a las entidades dentro del alcance de la NIIF 4, la opción de aplicar la NIIF 9 (“overlay approach”) o su exención temporal. Con base en la valoración de la Dirección tales modificaciones de la NIIF 4 no tendrán impacto significativo en las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio 2018.

### **Mejoras a las NIIF Ciclo 2014-2016 (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2018)**

Modificaciones menores de una serie de normas (distintas fechas efectivas).

### **Mejoras a las NIIF Ciclo 2015-2017 (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2019)**

Modificaciones menores de una serie de normas.

## **c) Normas no aprobadas todavía para su uso en la Unión Europea**

### **Modificación a la NIIF 2 Clasificación y valoración de pagos basados en acciones (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2018)**

Son modificaciones limitadas que aclaran cuestiones concretas como los efectos de las condiciones de devengo en pagos basados en acciones a liquidar en efectivo, la clasificación de pagos basados en acciones cuando tiene cláusulas de liquidación por el neto y algunos aspectos de las modificaciones del tipo de pago basado en acciones.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **Modificación a la NIC 40 Reclasificación de inversiones inmobiliarias (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2018)**

La modificación clarifica que una reclasificación de una inversión desde o hacia inversión inmobiliaria sólo está permitida cuando existe evidencia de un cambio en su uso.

### **CINIIF 22 Transacciones y anticipos en moneda extranjera (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2018)**

Esta interpretación establece la "fecha de transacción" a efectos de determinar el tipo de cambio aplicable en transacciones con anticipos en moneda extranjera.

### **CINIIF 23 Incertidumbre sobre tratamientos fiscales (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2019)**

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

### **Modificación a la NIIF 9 Características de cancelación anticipada con compensación negativa (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2019)**

Se permite la valoración a coste amortizado de algunos instrumentos financieros con características de pago anticipado permitiendo el pago de una cantidad menor que las cantidades no pagadas de capital e intereses.

### **Modificación a la NIC 28 Interés a largo plazo en asociadas y negocios conjuntos (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2019)**

Clarifica que se debe aplicar NIIF 9 a los intereses a largo plazo en una asociada o negocio conjunto si no se aplica el método de puesta en equivalencia.

### **Modificación de la NIC 19 Modificación, reducción o liquidación de un plan (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2019)**

De acuerdo con las modificaciones propuestas, cuando se produce un cambio en un plan de prestación definida (por una modificación, reducción o liquidación), la entidad utilizará hipótesis actualizadas en la determinación del coste de los servicios y los intereses netos para el periodo después del cambio del plan.

### **NIIF 17 Contratos de seguros (aplicación obligatoria a partir del 1 de enero de 2021)**

Reemplaza a la NIIF 4 recoge los principios de registro, valoración, presentación y desglose de los contratos de seguros con el objetivo de que la entidad proporcione información relevante y fiable que permita a los usuarios de la

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

información determinar el efecto que los contratos tienen en los estados financieros.

### **Modificación a la NIIF 10 y NIC 28 Venta o aportación de activos entre un inversor y su asociada/negocio conjunto (sin fecha definida de aplicación)**

Clarificación en relación al resultado de estas operaciones si se trata de negocios o de activos.

### **2.3. Responsabilidad de la Información y Estimaciones Realizadas**

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

En la elaboración de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo correspondientes al ejercicio 2017 se han utilizado determinadas estimaciones e hipótesis en función de la mejor información disponible al 31 de diciembre de 2017 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- 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 (véase Nota 10).

En los activos contabilizados al coste amortizado se reconoce una pérdida, en su caso, cuando hay evidencia objetiva de la misma, reconociéndose a través de una provisión. El importe de la pérdida se valora como la diferencia entre el valor en libros del activo y el valor actual de los flujos de efectivo futuros estimados descontados al tipo de interés efectivo original del activo financiero.

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

- Vida útil de los activos materiales e intangibles

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

- Recuperabilidad de impuestos diferidos de activo

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

- Provisiones para impuestos y otros riesgos

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- Pagos basados en acciones

El Grupo mide el coste de remuneraciones basada en acciones con empleados con referencia al valor razonable de los instrumentos de capital propios a la fecha en que son concedidos los planes correspondientes. La estimación del valor razonable de los pagos basados en acciones requiere la utilización de un modelo de valoración de los instrumentos que depende de los términos y condiciones de los planes. También requiere determinar los datos a incluir en el modelo, tales como la duración del plan, la volatilidad de la acción, la estimación de los pagos de dividendos o el tipo de interés libre de riesgo para la vida de la opción y hacer asunciones sobre los mismos.

### 3. Propuesta de Distribución de Resultados de la Sociedad dominante

La propuesta de distribución de resultados 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)	164.666
<b>Total</b>	<b><u>164.666</u></b>

#### Aplicación

Dividendo ordinario	164.666
Reservas (Dividendo extraordinario)	32.830
<b>Total</b>	<b><u>197.496</u></b>

#### Limitaciones para la distribución de dividendos

La Sociedad Dominante está obligada a destinar el 10% de los beneficios del ejercicio a la constitución de la reserva legal, hasta que ésta alcance, al menos, el 20% del capital social. Esta reserva, mientras no supere el límite del 20% del capital social, no es distribuable 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

El Consejo de Administración de la Sociedad Dominante en su reunión del 27 de febrero de 2018 ha acordado proponer a la Junta General Ordinaria la distribución de un dividendo extraordinario por importe de 32.830 miles de euros con cargo a las Reservas de Libre disposición de la Sociedad que se encuentran registradas dentro del epígrafe de "Otras reservas".

### **4. Normas de Valoración**

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

#### **4.1. Principios de Consolidación**

Los Estados Financieros Consolidados comprenden los Estados Financieros de la Sociedad dominante y sus sociedades dependientes al 31 de diciembre de 2017. Se obtiene control cuando el Grupo se encuentra expuesto, o tiene derechos, a los rendimientos variables derivados de su implicación en una subsidiaria y tiene la posibilidad de influir en dichos rendimientos a través del ejercicio de su poder sobre la subsidiaria. Concretamente, el Grupo controla una subsidiaria si, y solo si, el Grupo tiene:

- Poder sobre la subsidiaria (derechos existentes que le dan la facultad de dirigir las actividades relevantes de la subsidiaria).
- Exposición, o derechos, a los rendimientos variables derivados de su involucración en la subsidiaria.
- Puede influir en dichos rendimientos mediante el ejercicio de su poder sobre la subsidiaria.

Generalmente, existe la presunción de que la mayoría de derechos de voto suponen el control. Para apoyar esta presunción y cuando el Grupo no dispone de la mayoría de los derechos de voto, o derechos similares, de la subsidiaria, el Grupo considera todos los hechos y circunstancias relevantes para evaluar si tiene poder sobre la misma, lo cual incluye:

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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 2017  
(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 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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

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

### 4.6. Inmovilizado intangible

Los activos intangibles se contabilizan por su coste. El coste de los activos intangibles en una combinación de negocios es el valor razonable a la fecha de adquisición. Después del reconocimiento inicial, los activos intangibles se registran al coste menos su amortización acumulada y las pérdidas por deterioro acumuladas existentes. Un activo intangible se reconocerá, si y solo 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- **Aplicaciones Informáticas**

Se incluyen bajo este concepto los importes satisfechos por el acceso a la propiedad o por el derecho de uso de programas informáticos. Los gastos de mantenimiento de estas aplicaciones informáticas se imputan directamente como gasto del ejercicio en que se producen.

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

### **4.7. Derechos Audiovisuales**

#### **4.7.1. Derechos de Producción Ajena**

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

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

El derecho se registra en el momento en el que es aceptado el material para su emisión según contrato o en la fecha en que inicia derechos, si ésta fuera anterior a aquella. 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 aquella.

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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 1.2. Derechos de 3 o más pases según contrato:

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

### 2. Resto de productos (seriados)

#### Derechos de 2 o más pases según contrato:

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

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

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

### 4.7.2. Derechos de Producciones Propias de Producto Seriado

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

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

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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

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

Primer pase: 100% del valor amortizable.

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

Primer pase: 90% del valor amortizable.

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

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

### 4.7.3. Derechos de Distribución

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

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

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

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

### 4.7.4. Derechos de Coproducciones

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

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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

### **4.7.5. Masters y Doblajes**

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

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

### **4.7.6. Derechos de Retransmisión**

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

## **4.8. Combinaciones de negocio y Fondo de Comercio**

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

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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 de acuerdo a la NIC 39, registrándose cualquier ganancia o pérdida resultante en Cuenta de Resultados Separada Consolidada o en otro resultado global. Si la contraprestación contingente es clasificada como patrimonio, no deberán valorarse nuevamente y su liquidación posterior deberá contabilizarse dentro del Patrimonio Neto.

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

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

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

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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**

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 de acuerdo a los requisitos establecidos en la NIC 39, se procederá a la realización de los análisis y pruebas del posible deterioro de valor pertinente para registrar, en el ejercicio en que se detecte, el impacto de la pérdida de valor en la inversión.

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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.

### **4.10. Activos Financieros**

Los activos financieros se registran inicialmente a su valor razonable más, en el caso de inversiones que no estén al valor razonable con cambios en resultados, los costes de la transacción directamente imputables.

El Grupo determina la clasificación de sus activos financieros en el momento del reconocimiento inicial y, donde fuera apropiado, se revalida dicha clasificación en cada cierre de ejercicio.

Los activos financieros mantenidos por las sociedades del Grupo se clasifican como:

- Préstamos y partidas a cobrar: activos financieros no derivados con pagos fijos o determinables que no cotizan en un mercado activo originados por las sociedades a cambio de suministrar efectivo, bienes o servicios directamente a un deudor. Tras su reconocimiento inicial se valoran al coste amortizado utilizando el método de interés efectivo. En el Estado de Situación Financiera Consolidado los préstamos y cuentas a cobrar con un vencimiento inferior a 12 meses contados a partir de la fecha del mismo, se clasifican como corrientes y aquellos con vencimiento superior a 12 meses se clasifican como no corrientes.
- Activos financieros disponibles para la venta: los instrumentos de patrimonio clasificados como disponibles para la venta son aquellos que no se encuentran clasificados como mantenidos para negociar, ni se han definido como a valor razonable con cambios en resultados. Dichos activos se valoran a valor razonable con cambios en otros resultados globales (patrimonio neto) salvo que dicho valor razonable no se pueda determinar de forma fiable en cuyo caso se valoran a coste.
- Activos financieros a valor razonable con cambios en resultados: los activos financieros clasificados como mantenidos para negociar se incluyen en la categoría de activos financieros con cambios en resultados. Los activos financieros se clasifican como mantenidos para negociar cuando se adquieren con el propósito de venderlos en el corto plazo. Los derivados también se clasifican como mantenidos para negociar a menos que sean instrumentos de cobertura efectivos y se les designe como tales. Las ganancias o pérdidas de las inversiones mantenidas para negociar se reconocen en resultados.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Se entiende por valor razonable de un instrumento financiero en una fecha dada el importe por el que podría ser comprado o vendido en esa fecha entre dos partes, en condiciones de independencia mutua e informadas en la materia, que actuasen libre y prudentemente. La referencia más objetiva y habitual del valor razonable de un instrumento financiero es el precio que se pagaría por él en un mercado organizado, transparente y profundo (“precio de cotización” o “precio de mercado”). Si este precio de mercado no puede ser estimado de manera objetiva y fiable para un determinado instrumento financiero, se recurre para estimar su valor razonable al establecido en transacciones recientes de instrumentos análogos o al valor actual descontado de todos los flujos de caja futuros (cobros o pagos), aplicando un tipo de interés de mercado de instrumentos financieros similares (mismo plazo, moneda, tipo de tasa de interés y misma calificación de riesgo equivalente).

### **4.11. Deterioro en el Valor de Activos no Corrientes**

#### **4.11.1. Activos no financieros**

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

Al evaluar el valor en uso, las entradas de efectivo futuras se descuentan a valor actual utilizando una tasa de descuento antes de impuestos 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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 2017 el importe recuperable de dichas Unidades excede el valor en libros.

#### 4.11.2. Activos financieros

El Grupo evalúa en cada cierre de ejercicio si los activos financieros o grupos de activos financieros están deteriorados. Los siguientes criterios se aplican para el cálculo del deterioro de activos específicos:

- Activos contabilizados al coste amortizado

Si hay evidencia objetiva de que se ha incurrido en una pérdida por deterioro del valor de préstamos y partidas a cobrar registrados al coste amortizado, 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 (es decir, el tipo de interés efectivo computado en el momento de reconocimiento inicial). El valor en libros del activo se reducirá a través de una cuenta de provisión. El importe de la pérdida se reconocerá en el resultado del ejercicio.

Si, en un periodo posterior, el importe de la pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede relacionarse objetivamente con un suceso ocurrido después de que el deterioro se reconociese, la pérdida por deterioro reconocida previamente se revierte. Cualquier reversión posterior de una pérdida por deterioro se reconoce en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada hasta el límite de que el valor en libros del activo no supere su coste amortizado a la fecha de la reversión.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

En relación con los deudores y otras cuentas a cobrar, cuando hay evidencia objetiva de que el Grupo no va a poder cobrar las mismas, se realiza una provisión por deterioro ya que el Grupo no será capaz de cobrar todos los importes adeudados en los términos originales de la factura. Los importes incobrables se provisionan en cuanto se identifican.

- **Activos financieros disponibles para la venta**

Si un activo financiero disponible para la venta sufre un deterioro, el importe resultante de la 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 se traspasa del Patrimonio a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada. Las reversiones relativas a instrumentos de patrimonio clasificados como disponibles para la venta no se reconocen en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada. Las reversiones de pérdidas por deterioro de instrumentos de deuda se revierten en el resultado del ejercicio si el incremento del valor razonable del instrumento puede relacionarse objetivamente con un evento ocurrido después de que la pérdida por deterioro se reconociese en el resultado.

### **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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **4.15. Acciones Propias**

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

### **4.16. Pasivos Financieros**

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

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

### **4.17. Instrumentos Financieros Derivados**

El Grupo utiliza determinados derivados financieros para gestionar su exposición a las variaciones de tipos de cambio.

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. La parte efectiva de la ganancia o pérdida del instrumento de cobertura se reconoce directamente en el Patrimonio Neto, mientras que la parte inefectiva se reconoce en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Los importes registrados en el Patrimonio se transfieren a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada cuando la transacción cubierta afecta a ganancias o pérdidas, así como cuando un ingreso o gasto financiero cubierto es reconocido o como cuando se produce una venta o compra prevista.

Cuando la partida cubierta es el coste de un activo o pasivo financiero, los importes registrados en el Patrimonio se traspasan al valor en libros inicial del activo o pasivo financiero.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Si ya no se espera que ocurra la transacción prevista, los importes previamente registrados en el Patrimonio se traspasan a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada. Si un instrumento de cobertura vence o se vende, termina o se ejercita sin reemplazarse o renegociarse, o si su designación como cobertura se revoca, los importes previamente reconocidos en el Patrimonio Neto permanecen en el mismo hasta que la transacción prevista ocurra. Si no se espera que ocurra la transacción relacionada, el importe se lleva a la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

Los derivados financieros que mantiene el Grupo al 31 de diciembre de 2017 y 2016 se registran como instrumentos de negociación, registrándose el efecto de diferencias de valoración en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

### **4.18. Bajas de activos y pasivos financieros**

#### **4.18.1. Activos financieros**

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

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **4.18.2. Pasivos financieros**

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

Cuando un pasivo financiero existente se reemplaza por otro del mismo prestamista pero con términos sustancialmente distintos o los términos de un pasivo existente se modifican sustancialmente, ese cambio o modificación se trata como una baja del pasivo original y un alta de un nuevo pasivo, y la diferencia de los respectivos valores en libros se reconoce en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada.

### **4.19. Provisiones para Riesgos y Gastos**

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

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

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

### **4.20. Impuesto sobre Sociedades**

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

- Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.
- Telecinco Cinema, S.A.U.
- Publiespaña, S.A.U.
- Publimedia Gestión, S.A.U.
- Mediacinco Cartera, S.L.U.
- Conecta 5 Telecinco, S.A.U.
- Sogecable Editorial, S.L.U.
- Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.)
- Concursos Multiplataformas, 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 2017  
(En miles de euros)

---

Durante el ejercicio 2017 se han producido las siguientes variaciones en el grupo de consolidación fiscal:

Baja del grupo de consolidación fiscal de “Integración Transmedia, S.A.U.” y “Premiere Megaplex, S.A.U.”.

Alta en el grupo de consolidación fiscal por constitución de Concursos Multiplataforma, S.A.U. (Sociedad íntegramente participada por Mediaset España Comunicación, S.A.).

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

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

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

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

- Cuando el pasivo por impuesto diferido se deriva del reconocimiento inicial de un fondo de comercio o de un activo o pasivo en una transacción que no es una combinación de negocios y que en el momento de la transacción, no afectó ni al resultado contable ni al resultado fiscal.
- Respecto a las diferencias temporarias imponibles asociadas con inversiones en sociedades dependientes y asociadas, si el momento de la reversión de las diferencias temporarias puede ser controlado por la Sociedad Dominante y es probable que las diferencias temporarias no reviertan en un futuro previsible.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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

- Cuando el activo por impuesto diferido relativo a la diferencia temporaria deducible se derive del reconocimiento inicial de un activo o pasivo en una transacción que no es una combinación de negocios y que, en el momento de la transacción, no afectó ni al resultado contable ni al resultado fiscal.
- Respecto a las diferencias temporarias deducibles asociadas con inversiones en sociedades dependientes y asociadas, el activo por impuesto diferido sólo se reconoce en la medida en que es probable que las diferencias temporarias revertirán en un futuro previsible y habrá suficiente beneficio fiscal disponible contra el cual aplicar las diferencias temporarias.

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

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

### **4.21. Contabilización de Ingresos y Gastos**

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

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

Los ingresos por venta de servicios son valorados con fiabilidad teniendo en cuenta el grado de realización 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **4.22. Plan de Incentivos a través de Acciones**

El Grupo ha mantenido en el pasado planes de opciones relativos al sistema de retribución de Consejeros, Ejecutivos y Directivos, que se liquidaron cuando se ejercitaron mediante la entrega de acciones de la Sociedad dominante. El gasto de personal se determinó en base al valor razonable de las opciones a entregar en la fecha del acuerdo de la concesión y se registró a medida que se prestaron los servicios en el periodo de tres años estipulado. El valor razonable de las opciones establecido a la fecha del acuerdo no se modifica.

A fecha de formulación de estas Cuentas el Grupo no cuenta con planes de opciones sobre acciones en vigor.

El valor razonable de las opciones se determinó mediante una valoración interna, utilizando modelos de valoración de opciones, concretamente el método binomial, y teniendo en cuenta el precio del ejercicio de la opción, la vida de la misma, el precio de las acciones subyacentes, la volatilidad esperada del precio de la acción, una estimación de los pagos de dividendos y el tipo de interés libre de riesgo para la vida de la opción.

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

El sistema se nutre anualmente, y a partes iguales, de la aportación de cada beneficiario y de otra a cargo de la empresa invirtiéndose ambas en la compra de acciones de Mediaset España que son atribuidas al beneficiario (Nota 22).

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **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 2017  
(En miles de euros)

### 6. Inmovilizado Material

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2017 y el 31 de diciembre de 2016 de las partidas que componen el inmovilizado material son los siguientes:

	Saldo 31.12.15	Altas	Bajas	Trasposos	Saldo 31.12.16	Altas	Bajas	Trasposos	Saldo 31.12.17
<b>COSTE</b>									
Terrenos y bienes naturales	14.970	-	-	-	14.970	-	-	-	14.970
Edificios y otras construcciones	38.682	200	-	241	39.123	88	-	321	39.532
Maquin. técnica, instalac. y utillaje	96.600	1.545	(3.845)	9.240	103.540	1.791	(3.978)	9.888	111.241
Mobiliario y enseres	4.891	286	(310)	-	4.867	401	(242)	-	5.026
Equipos procesos de información	14.466	890	(1.578)	397	14.175	806	(371)	-	14.610
Otro Inmovilizado	635	43	(37)	-	641	14	(82)	1.561	2.134
Inmovilizado en curso	8.358	8.358	(28)	(9.905)	6.783	8.103	-	(11.770)	3.116
<b>Total coste</b>	<b>178.602</b>	<b>11.322</b>	<b>(5.798)</b>	<b>(27)</b>	<b>184.099</b>	<b>11.203</b>	<b>(4.673)</b>	<b>-</b>	<b>190.629</b>
<b>AMORTIZACIÓN ACUMULADA</b>									
Edificios y otras construcciones	(25.734)	(1.073)	-	-	(26.807)	(896)	-	-	(27.703)
Maquin. técnica, instalac. y utillaje	(82.470)	(5.407)	3.826	-	(84.051)	(5.928)	3.965	(72)	(86.086)
Mobiliario y enseres	(3.545)	(279)	293	-	(3.531)	(277)	218	(35)	(3.625)
Equipos procesos de información	(11.913)	(1.219)	1.573	-	(11.559)	(1.419)	363	6	(12.609)
Otro Inmovilizado	(491)	(41)	25	-	(507)	(37)	46	-	(498)
<b>Total Amortizaciones</b>	<b>(124.153)</b>	<b>(8.019)</b>	<b>5.717</b>	<b>-</b>	<b>(126.455)</b>	<b>(8.557)</b>	<b>4.592</b>	<b>(101)</b>	<b>(130.521)</b>
<b>VALOR NETO CONTABLE</b>	<b>54.449</b>		<b>(81)</b>		<b>57.644</b>		<b>(81)</b>		<b>60.108</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Las altas en los ejercicios 2017 y 2016 se deben fundamentalmente a la compra de instalaciones técnicas adquiridas para el desarrollo continuo del negocio.

Las altas producidas en inmovilizado en curso en los ejercicios 2017 y 2016 se deben principalmente a la compra de instalaciones técnicas para transformación de los estudios y las unidades móviles en alta definición.

Las bajas en los ejercicios 2017 y 2016 corresponden en su mayoría a la retirada de elementos totalmente amortizados y fuera de uso. Durante el ejercicio 2017 se han dado de baja elementos de inmovilizado material por un valor neto contable de 81 miles de euros, generándose una pérdida en dichas transacciones por el citado importe (81 miles de euros para el 2016).

El importe de los bienes totalmente amortizados y en uso a 31 de diciembre de 2017 y a 31 de diciembre de 2016 es el siguiente:

	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Construcciones	10.105	9.889
Equipos para procesos de información	9.975	9.389
Maquinaria técnica, instalaciones y utillaje	70.960	69.041
Mobiliario	2.298	2.078
Otro inmovilizado	430	425
<b>Total</b>	<b>93.768</b>	<b>90.822</b>

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

El Grupo no tiene al 31 de diciembre de 2017 ni a 31 de diciembre de 2016 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 2017  
(En miles de euros)

### 7. Inmovilizado Intangible

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2017 y 31 de diciembre de 2016 de las partidas incluidas en el epígrafe de inmovilizado intangible son los siguientes:

	Saldo 31.12.15	Altas	Bajas y Otros	Traspasos	Saldo 31.12.16	Altas	Bajas y Otros	Traspasos	Saldo 31.12.17
<b>COSTE</b>									
Licencias transmisión señal Cuatro	85.000	-	-	-	85.000	-	-	-	85.000
Concesiones, patentes y marcas	174.287	-	-	-	174.287	73	(13.985)	-	160.375
Aplicaciones Informáticas	23.161	642	(535)	1.591	24.859	1.277	(637)	2.117	27.616
Aplicaciones Infor. en curso	858	2.607	-	(1.564)	1.901	1.686	-	(2.117)	1.470
<b>Total coste</b>	<b>283.306</b>	<b>3.249</b>	<b>(535)</b>	<b>27</b>	<b>286.047</b>	<b>3.036</b>	<b>(14.622)</b>	<b>-</b>	<b>274.461</b>
<b>AMORTIZACIÓN ACUMULADA</b>									
Concesiones, patentes y marcas	(53.875)	(8.077)	-	-	(61.952)	(8.082)	13.688	-	(56.346)
Aplicaciones Informáticas	(20.590)	(1.826)	534	-	(21.882)	(2.020)	636	(224)	(23.490)
<b>Total Amortizaciones</b>	<b>(74.465)</b>	<b>(9.903)</b>	<b>534</b>	<b>-</b>	<b>(83.834)</b>	<b>(10.102)</b>	<b>14.324</b>	<b>(224)</b>	<b>(79.836)</b>
<b>VALOR NETO CONTABLE</b>	<b>208.841</b>		<b>(1)</b>		<b>202.213</b>		<b>(298)</b>		<b>194.625</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Las altas producidas en aplicaciones informáticas en curso en los ejercicios 2017 y 2016 se deben principalmente al proyecto de renovación de la plataforma de vídeo y web del Grupo.

Las bajas en los ejercicios 2017 y 2016 corresponden en su mayoría a la retirada de elementos totalmente amortizados y fuera de uso. Durante el ejercicio 2017 se han dado de baja elementos de inmovilizado intangible por un valor neto contable de 298 miles de euros, generándose una pérdida en dichas transacciones por el citado importe (1 miles de euros para el 2016).

Con motivo de la salida del perímetro de consolidación de la sociedad Premiere Megaplex, S.A.U. se han producido bajas netas adicionales del inmovilizado intangible por importe de 78 miles de euros (véase Nota 1).

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

Al 31 de diciembre de 2017 y 31 de diciembre de 2016 los importes de los bienes totalmente amortizados y en uso del inmovilizado intangible han sido los siguientes:

	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Aplicaciones informáticas	20.890	19.487
Concesiones, patentes y marcas	22	13.705
<b>Total</b>	<b>20.912</b>	<b>33.192</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 8. Derechos Audiovisuales

Los saldos y variaciones para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2017 y el 31 de diciembre de 2016 de las partidas incluidas en el epígrafe de derechos audiovisuales son los siguientes:

	Saldo 31.12.15	Altas	Bajas	Trasposos Otros	Saldo 31.12.16	Altas	Bajas	Trasposos Otros	Saldo 31.12.17
<b>COSTE</b>									
Derechos producción ajena	414.992	122.865	(116.532)	1.266	422.591	103.605	(136.110)	1.196	391.282
Masters	7	-	-	-	7	-	-	-	7
Doblajes	13.456	1.742	(1.874)	-	13.324	1.575	(1.641)	-	13.258
Derechos de Coproducción	166.260	-	(516)	6.500	172.244	1.724	(1.459)	20.487	192.996
Derechos de producciones propias	1.369.085	31.937	-	3.868	1.404.890	46.099	-	2.745	1.453.734
Derechos de distribución	29.354	397	(26)	1.114	30.839	(57)	(1.305)	-	29.477
Otros trabajos auxiliares	749	-	-	-	749	-	-	-	749
Dchos, opciones, guiones, desarr.	1.118	1.737	(324)	(69)	2.462	1.059	(398)	(1.173)	1.950
Gastos de puesta en marcha	158	-	-	-	158	-	-	-	158
Anticipos	12.196	18.275	-	(12.679)	17.792	19.192	-	(23.255)	13.729
<b>Total Coste</b>	<b>2.007.375</b>	<b>176.953</b>	<b>(119.272)</b>	<b>-</b>	<b>2.065.056</b>	<b>173.197</b>	<b>(140.913)</b>	<b>-</b>	<b>2.097.340</b>
<b>AMORTIZACIÓN ACUMULADA</b>									
Derechos producción ajena	(242.498)	(150.424)	116.532	-	(276.390)	(128.877)	136.110	-	(269.157)
Masters	(7)	-	-	-	(7)	-	-	-	(7)
Doblajes	(11.697)	(2.281)	1.874	-	(12.104)	(1.594)	1.641	-	(12.057)
Derechos de Coproducción	(165.345)	(6.044)	-	-	(171.389)	(12.763)	-	-	(184.152)
Derechos de producciones propias	(1.347.894)	(37.657)	-	-	(1.385.551)	(41.186)	-	-	(1.426.737)
Derechos de distribución	(25.194)	(4.741)	26	-	(29.909)	(775)	1.305	-	(29.379)
Otros trabajos auxiliares	(748)	-	-	-	(748)	-	-	-	(748)
Gastos de puesta en marcha	(153)	(3)	-	-	(156)	-	-	-	(156)
<b>Total Amortizaciones</b>	<b>(1.793.536)</b>	<b>(201.150)</b>	<b>118.432</b>	<b>-</b>	<b>(1.876.254)</b>	<b>(185.195)</b>	<b>139.056</b>	<b>-</b>	<b>(1.922.393)</b>
Provisiones	(12.595)	(16.707)	12.403	-	(16.899)	(18.530)	16.876	-	(18.553)
<b>Total Derechos Audiovisuales</b>	<b>201.244</b>		<b>11.563</b>		<b>171.903</b>		<b>15.019</b>		<b>156.394</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Al 31 de diciembre de 2017 y 31 de diciembre de 2016 los importes de los derechos audiovisuales totalmente amortizados y en uso han sido los siguientes:

	<b>2017</b>	<b>2016</b>
Masters	5	5
Doblajes	11.459	11.501
Derechos de Coproducción	177.718	179.857
Derechos producciones propias	1.426.737	1.369.799
Derechos de distribución	15.913	14.413
Otros trabajos auxiliares	748	748
Gastos de puesta en marcha	156	156
<b>Total</b>	<b>1.632.736</b>	<b>1.576.479</b>

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 2017, cuyo consumo de los mismos a lo largo de los siguientes doce meses será un porcentaje del 77% aproximadamente (80% en el 2016).

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 2017 y a 31 de diciembre de 2016 la dotación efectuada en la Cuenta de Resultados Separada Consolidada refleja un importe de 18.530 miles de euros y 16.707 miles de euros, respectivamente.

Al cierre del ejercicio 2017 existen compromisos firmes de compra de derechos de propiedad audiovisual con inicio a partir del 1 de enero de 2018 por un total de 54.731 miles de dólares USA (USD) así como de 139.831 miles de euros. Los compromisos del ejercicio anterior fueron de 47.191 miles de dólares USA (USD) y 202.366 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 2017 ascienden a 1.634 miles de euros, no ha habido desembolso en dólares USA (USD). Los desembolsos correspondientes al ejercicio 2016 fueron de 1.563 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 2018 por 45.310 miles de euros. Los compromisos del ejercicio anterior fueron de 42.160 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 2017  
(En miles de euros)

---

De dichos compromisos de derechos de coproducción se han desembolsado anticipos que, a 31 de diciembre de 2017, ascienden al total de 12.095 miles de euros (7.300 miles de euros a 31 de diciembre de 2016).

De los derechos de distribución existen compromisos firmes de compra, con inicio a partir del 1 de enero de 2018, por un total de 6.010 miles de euros. A 31 de diciembre 2016 existían compromisos firmes de compra por 23.360 miles de euros.

De dichos compromisos firmes de compra de distribución no se han desembolsado anticipos (7.689 miles de euros a 31 de diciembre de 2016).

Dentro del epígrafe de Anticipos se incluyen también los anticipos de series de ficción, de los que no se ha desembolsado importe alguno a 31 de diciembre de 2017 (1.240 miles de euros a 31 de diciembre 2016).

### **9. Fondo de Comercio y Combinación de Negocios**

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

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

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

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

De cara al oportuno test de deterioro, el Grupo ha utilizado, por un lado su valor de mercado y por otro, sus propias proyecciones de evolución del Negocio de Televisión en Abierto, descontando los flujos de efectivo futuros previstos. Las hipótesis de dichas proyecciones de flujos futuros incluyen la mejor estimación del comportamiento del mercado publicitario, así como de audiencias y de la evolución de los costes.

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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

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

- Contexto macroeconómico: En base a las proyecciones macroeconómicas publicadas por distintos organismos públicos y privados, hemos considerado una fase de crecimiento estable en España para los próximos años e igualmente, en particular, para el sector de la televisión en abierto.
- Evolución del mercado publicitario de televisión en abierto: Hemos considerado un mercado publicitario estable y sostenible hasta 2021, en línea con la evolución estimada de la economía española y en el que el Grupo detenta una cuota en línea con las obtenidas en los últimos ejercicios.
- Entorno tecnológico y regulatorio: No han sido previstas ni consideradas en nuestras proyecciones cambios regulatorios ni tecnológicos relevantes que pudieran afectar de manera material al mercado publicitario o a las audiencias de la televisión en abierto.
- Entorno competitivo: Hemos estimado un escenario de continuidad, sin cambios estructurales de relevancia en el sector y con estabilidad en los niveles de audiencia y en la evolución del mercado publicitario televisivo. Esta estimación ha tenido en cuenta tanto las realizadas por organismos oficiales como otras reconocidas fuentes externas e igualmente considerando las tendencias históricas. En concreto, no se contempla concesión de nuevas licencias ni aumento en el número de canales para los operadores existentes y, por lo que respecta a las nuevas plataformas de distribución de contenidos, éstas pertenecen fundamentalmente a la modalidad de pago y, por tanto, sin influencia de relevancia en el sector de la TV en abierto.

Las proyecciones cubren un período de 5 años y para los flujos no contemplados en las mismas, las rentas perpetuas se han estimado utilizando crecimientos de en torno al 2%, (la misma tasa utilizada en el ejercicio anterior). 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 utilizada está en un rango entre el 8% y el 9%, en línea con el ejercicio anterior.

En relación al valor de mercado, la capitalización bursátil de la Sociedad Dominante a 31 de diciembre de 2017 asciende a 3.151.339 miles de euros, cifra muy superior al valor contable de la unidad generadora de efectivo identificada, no existiendo por tanto, deterioro del Fondo de Comercio ni de los activos intangibles de vida útil indefinida.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### Sensibilidad frente a cambios en las hipótesis

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

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

## 10. Inversiones Contabilizadas por el Método de la Participación

El importe y las variaciones experimentadas durante los ejercicios 2017 y 2016 en las partidas que componen este epígrafe se muestran a continuación:

	<u>Inv. por el Método de la Participación</u>
<b>Saldo a 31 de diciembre de 2015</b>	<b>14.882</b>
Aumentos/Disminuciones	812
Participación en resultado de empr. asociadas	3.117
Dividendos recibidos (Nota 25.1)	(2.566)
Otros movimientos	-
<b>Saldo a 31 de diciembre de 2016</b>	<b>16.245</b>
Aumentos/Disminuciones	(8.448)
Participación en resultado de empr. asociadas	2.735
Dividendos recibidos (Nota 25.1)	(2.342)
Otros movimientos	-
<b>Saldo a 31 de diciembre de 2017</b>	<b>8.190</b>

Los dividendos de 2017 y 2016 corresponden a las sociedades participadas, La Fábrica de la Tele, S.L., Producciones Mandarina, S.L., Megamedia Televisión, S.L. y Supersport Televisión, 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 2017  
(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.	
	2017	2016	2017	2016
Pegaso Television, Inc.	1.923	1.486	437	(196)
Producciones Mandarina, S.L.	2.105	2.409	89	372
La Fábrica de la Tele, S.L.	2.352	2.194	1.448	1.113
Emissions Digitals de Catalunya, S.A.	-	8.800	-	1.074
Megamedia Televisión, S.L.	635	448	400	305
Supersport Televisión, S.L.	900	904	442	446
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	5	4	1	3
Alea Media, S.A.	21	-	(4)	-
Melodía Producciones, S.L.	(73)	-	(75)	-
Adtech Ventures, S.p.A	322	-	(3)	-
<b>Total</b>	<b>8.190</b>	<b>16.245</b>	<b>2.735</b>	<b>3.117</b>

a) Reflejamos las principales magnitudes contables de las sociedades consolidadas por el método de la participación para el ejercicio 2017 y 2016:

2017	Activo	Patrimonio Neto	Pasivo	Ingresos	Resultado
	(Miles de euros)				
Pegaso Television, Inc.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	437
Producciones Mandarina, S.L.	7.635	7.017	618	6.791	202
La Fábrica de la Tele, S.L.	13.531	7.834	5.697	28.809	4.295
Megamedia Televisión, S.L.	3.779	2.116	1.663	10.454	1.334
Supersport Televisión, S.L.	5.688	2.999	2.689	14.193	1.474
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	933	16	917	1.399	2
Alea Media, S.A.	2.859	52	2.807	7.783	11
Melodía Producciones, S.L.	2.170	(184)	2.354	3.172	(187)
Adtech Ventures, S.p.A	645	644	1	-	(5)

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

<u>2016</u>	<u>Activo</u>	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>Pasivo</u>	<u>Ingresos</u>	<u>Resultado</u>
	(Miles de euros)				
Pegaso Television, Inc.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	(446)
Producciones Mandarina, S.L.	9.494	8.031	1.463	12.464	1.215
La Fábrica de la Tele, S.L.	13.927	7.309	6.618	27.911	3.770
Megamedia Televisión, S.L.	3.185	1.492	1.693	7.796	1.016
Supersport Televisión, S.L.	5.994	3.013	2.981	15.659	1.488
Emissions Digitals de Catalunya, S.A.	6.720	(5.126)	11.846	14.694	(6.498)
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	652	14	638	1.463	5

### b) Principales cambios en el ejercicio

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

#### Ejercicio 2017

El 25 de enero de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 40% de la sociedad Alea Media, S.A.

El 5 de abril de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 40% de la sociedad Melodía Producciones, S.L.

El 11 de julio de 2017 el grupo ha adquirido una participación del 50% de la sociedad Adtech Ventures, S.p.A.

El 1 de mayo se produjo el acuerdo de venta del 34,66% del capital de la Sociedad Emissions Digitals de Catalunya, S.A. con el otro accionista de la Sociedad que ya poseía el 65,34% de las participaciones. El precio acordado de 8.800 miles euros, es idéntico al de adquisición por lo que no se ha producido ninguna plusvalía/minusvalía en la operación. Esta compraventa ha sido aprobada por parte de la autoridad de competencia de Cataluña con fecha 20 de julio de 2017.

#### Ejercicio 2016

En 4 de marzo de 2016 el Grupo adquirió una participación del 50% de la sociedad Aunia Publicidad Interactiva, S.L.

Con fecha 25 de octubre de 2016 se inscribió en el Registro Mercantil de Barcelona la ampliación de capital de la sociedad Emissions Digitals de Catalunya, S.A. a que el Grupo contribuyó con un importe proporcionalmente inferior al del resto de accionistas pasando su participación del 40% al 34,66% del capital.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 11. Activos Financieros no Corrientes

Los conceptos incluidos en este epígrafe son los siguientes:

	<u>31.12.2017</u>	<u>31.12.2016</u>
Fianzas a Largo Plazo	101	110
Créditos a L/P a empresas vinculadas (Nota 25.1)	4.369	4.186
Otras inversiones financieras (Nota 13.3)	13.635	12.094
Otros	250	300
<b>Total (Nota 13.2)</b>	<b><u>18.355</u></b>	<b><u>16.690</u></b>

#### Créditos a largo plazo a empresas vinculadas

Este epígrafe recoge los créditos concedidos a Pegaso Televisión, Inc. cuyo importe a 31 de diciembre de 2017 asciende a 3.679 miles de euros (4.186 miles de euros a 31 de diciembre de 2016). A 31 de diciembre de 2017 se recoge además el préstamo participativo concedido a la sociedad Alea Media, S.A. por importe de 210 miles de euros y a la sociedad Melodía Producciones, S.L. por importe de 480 miles de euros (véase Nota 25.1).

#### Otras inversiones financieras

Este epígrafe recoge varias inversiones financieras minoritarias en empresas no cotizadas que están clasificadas como activos disponibles para la venta (Nota 13.2).

### 12. Otros Activos Corrientes

Este epígrafe se desglosa como sigue:

	<u>31.12.2017</u>	<u>31.12.2016</u>
Gastos anticipados	12.687	6.550
Comisiones anticipadas	34	23
<b>Total</b>	<b><u>12.721</u></b>	<b><u>6.573</u></b>

Los gastos anticipados corresponden principalmente 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 2017  
(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 nominales de los derivados financieros que mantiene en vigor el Grupo al 31 de diciembre de 2017 y 2016:

#### Derivados de Activo

<u>2016</u>	Nominal / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/€)	
<b>Compra de divisas no vencidas:</b>				
Compras de dólares contra euros	12.957	14.405	1,0541	629
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	12.957	14.405		629

La Sociedad no mantiene derivados de activo a 31 de diciembre de 2017.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### Derivados de Pasivo

<u>2017</u>	Nacional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/€)	
<b>Compra de divisas no vencidas:</b>				
Compras de dólares contra euros	12.888	14.351	1,1993	(1.014)
Venta de dólares contra euros	-	-	-	-
Neto	12.888	14.351		(1.014)
<hr/>				
<u>2016</u>	Nacional / Plazo de vencimiento hasta 1 año	Importe en miles USD		Valor razonable (Nota 13.2)
		Dólares	Tipo cierre (€/€)	
<b>Compra de divisas no vencidas:</b>				
Compras de dólares contra euros	-	-	-	-
Venta de dólares contra euros	363	408	1,0541	(23)
Neto	363	408		(23)

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

Estos instrumentos financieros derivados de pasivo se encuentran clasificados en el Estado de Situación Financiera Consolidado, en el epígrafe de "Otras deudas", por importe de 1.014 miles de euros a 31 de diciembre de 2017 (23 miles de euros a 31 de diciembre de 2016).

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 13.2. Instrumentos Financieros

Los instrumentos financieros de activo, excluidas las inversiones contabilizadas por el método de la participación, y los pasivos clasificados de acuerdo a las categorías que establece la NIC 39, quedarían reflejados de la siguiente manera:

(Miles de euros)	Instrumentos de patrimonio		Créditos, derivados y otros		Total (Véase Nota 11)	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
<u>Activos financieros a largo plazo</u>						
Activos a valor razonable con cambios en P&G						
Mantenidos para negociar	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-
Inversiones mantenidas hasta el vencimiento	-	-	-	-	-	-
Préstamos y partidas a cobrar (Nota 11)	-	-	4.720	4.596	4.720	4.596
Activos disponibles para la venta						
Valorados a valor razonable (Nota 11)	13.635	12.094	-	-	13.635	12.094
Valorados a coste	-	-	-	-	-	-
Derivados (Nota 13.1)	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	<b>13.635</b>	<b>12.094</b>	<b>4.720</b>	<b>4.596</b>	<b>18.355</b>	<b>16.690</b>
<u>Activos financieros a corto plazo</u>						
Activos a valor razonable con cambios en P&G						
Mantenidos para negociar	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-
Inversiones mantenidas hasta el vencimiento	-	-	-	-	-	-
Préstamos y partidas a cobrar	-	-	239.321	217.853	239.321	217.853
Activos disponibles para la venta						
Valorados a valor razonable	-	-	-	-	-	-
Valorados a coste	-	-	-	-	-	-
Activos mantenidos para la venta	861	-	-	-	861	-
Derivados (Nota 13.1)	-	-	-	629	-	629
<b>TOTAL</b>	<b>861</b>	<b>-</b>	<b>239.321</b>	<b>218.482</b>	<b>240.182</b>	<b>218.482</b>
<b>TOTAL</b>	<b>14.496</b>	<b>12.094</b>	<b>244.041</b>	<b>223.078</b>	<b>258.537</b>	<b>235.172</b>

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

	2017	2016
Activos Financieros no corrientes (Nota 11)	18.355	16.690
Activos no corrientes mantenidos para la venta	861	-
Deudores	237.536	215.379
Otros activos financieros corrientes	1.785	3.103
	<b>258.537</b>	<b>235.172</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

En diciembre del ejercicio 2017, se ha llegado a un acuerdo de venta de uno de los activos disponibles para la venta que mantiene el Grupo. La materialización de dicha venta se ha ejecutado a principios del año 2018, por importe de 861 miles de euros, con una plusvalía de 363 miles de euros. Dicha plusvalía ha sido registrada en el epígrafe de "Patrimonio neto, Ajustes por cambios de valor" neta de efecto fiscal, por importe de 272 miles de euros.

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 246.178 miles de euros a 31 de diciembre de 2017 (225.729 miles de euros a 31 de diciembre de 2016).

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

<u>Ejercicio 2017</u>	<b>Saldo</b>	<b>Vencimientos</b>			
		<3 meses o vencido	6 meses	12 meses	18 meses
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	236.078	230.080	2.356	3.642	-
Deudores varios	11	11	-	-	-
Otros activos financieros corrientes	1.785	1.750	-	-	35
<b>Total</b>	<b>237.874</b>	<b>231.841</b>	<b>2.356</b>	<b>3.642</b>	<b>35</b>

<u>Ejercicio 2016</u>	<b>Saldo</b>	<b>Vencimientos</b>			
		<3 meses o vencido	6 meses	12 meses	18 meses
Clientes por ventas y prestaciones de servicios	213.882	213.265	265	352	-
Deudores varios	53	53	-	-	-
Otros activos financieros corrientes	3.103	3.103	-	-	-
<b>Total</b>	<b>217.038</b>	<b>216.421</b>	<b>265</b>	<b>352</b>	<b>-</b>

Los vencimientos de clientes, partes vinculadas aparecen desglosados en la Nota 25.1.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

(Miles de euros)	Deudas con entidades de crédito		Deudas, derivados y otros		Total	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016
<u>Pasivos financieros a largo plazo</u>						
Débitos y partidas a pagar	-	-	266	13.721	266	13.721
Pasivos a valor razonable con cambios en P&G						
Mantenidos para negociar	-	-	-	-	-	-
Otros					-	-
Derivados (Nota 13.1)	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL</b>	-	-	266	13.721	266	13.721
<u>Pasivos financieros a corto plazo</u>						
Débitos y partidas a pagar	636	924	240.088	222.998	240.724	223.922
Pasivos a valor razonable con cambios en P&G						
Pasivos asociados a activos no corrientes mantenidos para la vta.	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-
Derivados (Nota 13.1)	-	-	1.014	23	1.014	23
<b>TOTAL</b>	636	924	241.102	223.021	241.738	223.945
<b>TOTAL</b>	636	924	241.368	236.742	242.004	237.666

A 31 de diciembre de 2017 existen líneas de crédito por importe de 255.000 miles de euros (295.000 miles de euros a diciembre de 2016) con un tipo de interés de EURIBOR más un diferencial de mercado en línea con la solvencia del Grupo.

Los vencimientos de los 255.000 miles de euros de estas líneas de crédito se distribuyen entre febrero de 2018 y noviembre de 2018 y se estima que se renovarán a su vencimiento por los importes adecuados a las necesidades operativas de la sociedad y a precios en línea con la capacidad financiera y solvencia de la sociedad.

No se ha dispuesto importe alguno en ninguno de los ejercicios que se comparan en estos Estados Financieros Consolidados.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

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

	2017	2016
Deudas con partes vinculadas no corrientes (Nota 17)	-	7.549
Otros pasivos no corrientes	266	67
Deudas con terceros no corrientes (Nota 18)	-	6.105
Deudas con partes vinculadas corrientes (Nota 25.1)	15.227	22.124
Deudas por compras o prestaciones de servicios	155.981	121.366
Deudas por compras de Derechos Audiovisuales	51.574	62.862
Deudas con entidades de crédito	636	924
Deudas con terceros corrientes (Nota 18)	-	1.238
Acreedores por adquisición de inmovilizado	2.145	3.358
Remuneraciones pendientes de pago	13.735	11.796
Otras deudas	2.440	277
	<b>242.004</b>	<b>237.666</b>

No hay diferencias entre los valores razonables y los valores netos contables de los activos y pasivos financieros al 31 de diciembre de 2017 y 2016.

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

	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
<b>Ejercicio 2017</b>				
Deudas por compras o prestaciones de servicios	155.981	154.757	1.224	-
Deudas por compras de derechos audiovisuales	51.574	51.389	185	-
Deudas con entidades de crédito	636	636	-	-
Acreedores por adquisición de inmovilizado	2.145	2.133	12	-
<b>Total</b>	<b>210.336</b>	<b>208.915</b>	<b>1.421</b>	<b>-</b>

	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
<b>Ejercicio 2016</b>				
Deudas por compras o prestaciones de servicios	121.366	117.221	4.145	-
Deudas por compras de derechos audiovisuales	62.862	62.644	159	59
Deudas con entidades de crédito	924	924	-	-
Acreedores por adquisición de inmovilizado	3.358	3.240	118	-
<b>Total</b>	<b>188.510</b>	<b>184.029</b>	<b>4.422</b>	<b>59</b>

Los vencimientos de la deuda con empresas vinculadas aparecen desglosados en la Nota 25.1.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 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 2017:

Miles de euros	Fecha de valoración	Valoración de valor razonable utilizada		
		Valor de cotización en mercados activos (Nivel 1)	Variables significativas observables (Nivel 2)	Variables significativas no observables (Nivel 3)
<b>Activos valorados al valor razonable:</b>				
<b>Activos financieros disponibles para la venta (Notas 11 y 13.2):</b>				
Acciones no cotizadas				
Sectores diversos con plataforma internet	31 diciembre 2017	13.635	-	13.635

Jerarquía de valor razonable de los activos del Grupo al 31 de diciembre de 2016:

Miles de euros	Fecha de valoración	Valoración de valor razonable utilizada		
		Valor de cotización en mercados activos (Nivel 1)	Variables significativas observables (Nivel 2)	Variables significativas no observables (Nivel 3)
<b>Activos valorados al valor razonable:</b>				
<b>Activos financieros - Derivados (Nota 13.1):</b>				
Compraventas a plazo de divisas - US\$	31 diciembre 2016	629	629	-
<b>Activos financieros disponibles para la venta (Notas 11 y 13.2):</b>				
Acciones no cotizadas				
Sectores diversos con plataforma internet	31 diciembre 2016	12.094	-	12.094

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(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:

	2017	2016
<b>(Días)</b>		
Periodo medio de pago a proveedores	70	68
Ratio de operaciones pagadas	76	73
Ratio de operaciones pendientes de pago	43	41
<b>(Miles de euros)</b>		
Total pagos realizados	550.111	540.606
Total pagos pendientes	107.039	96.720

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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 13.6.1. Gestión de Riesgos de Crédito

El riesgo de crédito se produce por la posible pérdida causada por el incumplimiento de las obligaciones contractuales de las contrapartes de la Sociedad, es decir, por la posibilidad de no recuperar los activos financieros por el importe contabilizado y en el plazo establecido.

La exposición máxima al riesgo de crédito al 31 de diciembre de 2017 y 2016 es la siguiente:

	2017	2016
	<u>Miles de euros</u>	<u>Miles de euros</u>
Inversiones financieras a largo plazo (Nota 11)	18.355	16.690
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar (Nota 13.2)	251.510	228.346
Clientes partes vinculadas (Nota 25.1)	1.379	1.387
Inversiones financieras a corto plazo (Nota 13.2)	1.785	3.103
Efectivo y otros activos líquidos equivalentes (Nota 14)	134.148	190.790
	<u>407.177</u>	<u>440.316</u>

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 una cifra de negocio significativa en el total del Grupo. La práctica habitual en el sector es el uso de agencias de medios como intermediarios entre los anunciantes y el canal de televisión que ofrece 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 13.6.3. Actividades de inversión

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

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

- Se realizan con entidades (nacionales o extranjeras) de reconocida solvencia medidas en función de sus “ratings” actualizados.
- Se invierte en productos de naturaleza conservadora (depósitos bancarios, repos de deuda, etc.) que, en general tengan garantizados el reembolso del capital invertido.
- Las autorizaciones para las inversiones correspondientes están delimitadas en función de los apoderamientos otorgados a los altos directivos del Grupo y, en todo caso, están enormemente restringidos (según importe, Consejero Delegado, Director General de Gestión y Operaciones y Director Financiero).
- Desde el punto de vista de plazo, no se supera en circunstancias generales el plazo de 3 meses y lo más frecuente son inversiones con disponibilidad automática de fondos.

### 13.6.4. Gestión de Riesgo de Liquidez

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

El riesgo de liquidez vendría motivado por la posibilidad de que el Grupo no pueda disponer de fondos líquidos, o acceder a ellos en la cuantía suficiente y al coste adecuado para hacer frente en todo momento a sus obligaciones de pago. El objetivo del Grupo es mantener las disponibilidades líquidas necesarias para el desarrollo de su actividad.

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

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- 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 2017 las líneas de crédito abiertas ascienden a 255 millones de euros (295 millones de euros a 31 de Diciembre de 2016) (véase Nota 13.2). Las citadas líneas están contratadas en condiciones financieras muy competitivas considerando la actual situación del mercado, lo que avala la percepción de solvencia y solidez de que goza el Grupo en el ámbito financiero.

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

Dado el inexistente nivel de deuda, 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.

La hipótesis utilizada es la siguiente: partiendo de nuestra Tesorería Neta al final del ejercicio, y tomando como referencia el euribor mes a 31 de diciembre de 2017, aplicamos una variación de +50 puntos básicos -20 puntos básicos, (+50 puntos básicos -20 en diciembre de 2016).

El análisis de sensibilidad realizado, demuestra que las variaciones en el tipo de interés aplicado sobre la Tesorería Neta, tendrían un impacto a 31 de diciembre, que, en todo caso, no sería significativo, y que afectaría exclusivamente al importe de los ingresos 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
31-12-17	-0,368	135.297	(498)	0,132%	179	-0,568%	(768)

	Tipo de Referencia EUR 1M (%)	Tesorería Neta	Intereses anuales	50 b.p.	Intereses anuales	-20 b.p.	Intereses anuales
31-12-16	-0,368%	177.448	(653)	0,132%	234	-0,568%	(1.008)

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 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, 7,45% para el 2017 y 10,52% para el 2016.

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:

31/12/2017			31/12/2016		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
-	-	-	14.405	1,0541	629
<b><u>Análisis de sensibilidad</u></b>					
-	-	-	14.405	1,165	(655)
-	-	-	14.405	0,9432	2.212

Análisis de derivados de pasivo en moneda extranjera:

31/12/2017			31/12/2016		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
14.351	1,1993	(1.014)	408	1,0541	(23)
<b><u>Análisis de sensibilidad</u></b>					
14.351	1,11	(67)	408	1,165	14
14.351	1,2886	(1.833)	408	0,9432	(68)

Análisis sobre el total de proveedores en moneda extranjera:

31/12/2017			31/12/2016		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
15.312	1,1993	1.199	15.230	1,0541	(570)
<b><u>Análisis de sensibilidad</u></b>					
15.312	1,11	172	15.230	1,165	805
15.312	1,2886	2.084	15.230	0,9432	(2.269)

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

Análisis sobre el total de clientes en moneda extranjera:

31/12/2017			31/12/2016		
<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>	<u>K USD</u>	<u>T.C.</u>	<u>Diferencias</u>
-	-	-	408	1,0541	20
<b><u>Análisis de sensibilidad</u></b>					
-	-	-	408	1,165	(16)
-	-	-	408	0,9432	66

### 14. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes

La composición de este epígrafe es como sigue:

	<u>31.12.2017</u>	<u>31.12.2016</u>
Efectivo en caja y bancos	134.148	190.790
<b>Total</b>	<b>134.148</b>	<b>190.790</b>

Estos saldos son de libre disposición.

### 15. Patrimonio Neto

#### 15.1. Capital social

Al 31 de diciembre de 2017 y 2016 el capital social de la Sociedad Dominante está representado por 336.717.490 acciones de 0,5 euros de valor nominal cada una de ellas, representadas mediante anotaciones en cuenta.

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

Titular	<u>2017</u> Participación %	<u>2016</u> Participación %
Mediaset S.p.A.	50,20	50,20
Mercado	47,04	49,80
Acciones propias	2,76	-
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

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

Con fecha 13 de abril de 2016 la junta General Ordinaria del Accionistas acordó la reducción del capital social por importe de 14.729 miles de euros mediante la amortización de 29.457.794 acciones propias, representativas del 8,04% del capital social en el momento de adopción de dicho acuerdo, quedando por tanto fijada la cifra de capital social en 168.359 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 2017  
(En miles de euros)

---

Esta reducción fue inscrita en el Registro Mercantil de Madrid con fecha 22 de junio de 2016.

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

### **15.2. Prima de emisión de acciones**

La prima de emisión de acciones al 31 de diciembre de 2017 asciende a 409.040 miles de euros, cifra idéntica a la correspondiente al 31 de diciembre de 2016.

### **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 33.672 miles de euros a 31 de diciembre de 2017 y 2016.

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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 15.4. Dividendos

En la Junta General de Accionistas del 27 de abril de 2017 se acordó la siguiente distribución del beneficio de la sociedad dominante correspondiente al ejercicio 2016:

<b>Bases de reparto</b>	
Pérdidas y ganancias (beneficio)	147.201
<b>Total</b>	<b><u>147.201</u></b>
<b>Aplicación</b>	
Dividendo ordinario	147.201
Reservas (Dividendo extraordinario)	28.519
<b>Total</b>	<b><u>175.720</u></b>

El dividendo ordinario percibido equivale a 0,43716581 euros por acción, sin contar el importe correspondiente a las acciones propias de la sociedad, si las hubiera, en el momento de la distribución.

Adicionalmente, se acordó, la distribución de un dividendo extraordinario con cargo a reservas de libre disposición, por importe de 28.519 miles de euros, equivalente a 0,08469633 euros por acción tras descontar el importe correspondiente a las acciones propias de la sociedad si las hubiera, en el momento de la distribución.

Ambos dividendos, han sido abonados a los accionistas de Mediaset España Comunicación, S.A. el día 9 de mayo de 2017.

### 15.5. Acciones Propias

El movimiento del epígrafe “Acciones Propias” ha sido el siguiente:

	<b>Ejercicio 2017</b>		<b>Ejercicio 2016</b>	
	<b>Número de acciones</b>	<b>Importe(*)</b>	<b>Número de acciones</b>	<b>Importe(*)</b>
<b>Al inicio del ejercicio</b>	-	-	<b>19.476.506</b>	<b>214.837</b>
Aumentos	9.311.275	100.822	10.293.034	91.659
Disminuciones	(29.000)	(322)	(29.769.540)	(306.496)
<b>Al cierre del ejercicio</b>	<b><u>9.282.275</u></b>	<b><u>100.500</u></b>	<b>-</b>	<b>-</b>

(\*) Miles de euros

El valor nominal de las acciones propias al 31 de diciembre de 2017 representa el 2,76% del capital social, estando por debajo del máximo permitido por la Ley de Sociedades de Capital para entidades cotizadas.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

Los aumentos a 31 de diciembre de 2017 se corresponden con la implantación del Plan de Recompra de Acciones aprobado con fecha 23 de febrero de 2017.

Las disminuciones a 31 de diciembre de 2017 se deben principalmente a la remuneración a empleados mediante acciones.

En el ejercicio 2016 la disminución del número de acciones propias se debió fundamentalmente a la reducción de capital aprobada por la Junta General de Accionistas de 13 de abril de 2016 y en menor medida al ejercicio de planes de opciones sobre acciones por parte de beneficiarios de los mismos, a los que dichas acciones proporcionaban cobertura, mientras que los aumentos se deben a la implantación del Plan de Recompra de Acciones que se completó con fecha 20 de febrero de 2016.

### 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 2017 y 31 de diciembre de 2016 es el siguiente:

	2017			2016		
	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
Mediacinco Cartera, S.L.(*)	-	(67)	(67)	8.069	(127)	(127)
Netsonic, S.L.	-	(83)	(83)	(172)	(145)	(145)
<b>Total</b>	<b>-</b>	<b>(150)</b>	<b>(150)</b>	<b>7.897</b>	<b>(272)</b>	<b>(272)</b>

(\*) Participada en un 25% por Mediaset Investment, S.R.L.A., hasta el 23 de octubre de 2017.

### 16. Provisiones no corrientes y contingencias

#### Provisiones no corrientes:

En este epígrafe se incluyen 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

Los movimientos de la misma durante los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2017 y 31 de diciembre de 2016 han sido:

<u>Ejercicio 2017</u>	<u>Saldo</u> <u>31.12.16</u>	<u>Dotación</u>	<u>Aplicación</u>	<u>Reversión</u>	<u>Traspaso</u>	<u>Saldo</u> <u>31.12.17</u>
Provisiones para riesgos y gastos	9.151	11.349	(580)	(6.491)	-	13.429

<u>Ejercicio 2016</u>	<u>Saldo</u> <u>31.12.15</u>	<u>Dotación</u>	<u>Aplicación</u>	<u>Reversión</u>	<u>Traspaso</u>	<u>Saldo</u> <u>31.12.16</u>
Provisiones para riesgos y gastos	10.386	4.318	(2.967)	(2.586)	-	9.151

Al 31 de diciembre de 2017 y 2016 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 22). Por otro lado, las reversiones y aplicaciones se corresponden con la resolución de los litigios antes comentados.

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

### Contingencias/ Litigios

#### **PROCEDIMIENTO RELATIVO A LA PRESENTACION TARDÍA DEL PLAN DE ACTUACIÓN.**

Con fecha 2 de agosto de 2011 la Comisión Nacional de Competencia actual Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) dictó Resolución en el expediente SNC/0012/11 (Concentración Telecinco-Cuatro) declarando a Mediaset España responsable de una infracción muy grave de la Ley de Defensa de la Competencia por no haber presentado el Plan de Actuaciones (el desarrollo de los Compromisos adquiridos con la CNMC) dentro del plazo otorgado, y le sancionó 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Dicha Sentencia fue objeto de Recurso de Casación ante el Tribunal Supremo, que ha sido estimado mediante Sentencia de fecha 21 septiembre de 2015, mediante la cual se casó y anuló la Sentencia impugnada, ordenándose devolver las actuaciones a la CNMC para que dicte 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 justificada, seguía siendo desproporcionada en relación con la infracción cometida. Dicho recurso, que fue admitido a trámite, se encuentra aún en fase de tramitación, sin que se haya dictado aún una resolución al respecto.

El Estado de Situación Financiera Consolidado adjunto 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 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 Comunicación, S.A. (“Mediaset España”) incumplió determinados compromisos y obligaciones establecidas en el expediente de concentración C-0230/10 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 estos, y no desde el inicio de los derechos adquiridos en cada caso.

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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 Sentencia de fecha 15 de diciembre de 2014, dictada en el recurso de Casación nº 2038/2012, el Tribunal Supremo estimó parcialmente el recurso contencioso-administrativo interpuesto contra el Plan de Actuaciones antes citado, anulando 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, este fallo ya tiene un efecto anulatorio sobre la misma, que debería en todo caso ser recalculada.

Al igual que en el caso del expediente descrito anteriormente, el Estado de Situación Financiera Consolidado adjunto 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 (“CNMC”) dictó resolución en el expediente SNC/0036/15 Mediaset (la “Resolución”), en la que declaró que Mediaset España Comunicación, S.A. (“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 España durante el mencionado periodo demostraron, en efecto, que no hubo ningún aprovechamiento por parte de ésta de la presunta infracción que se le imputa. Por otro lado, los informes encomendados a asesores externos concluyeron, igualmente, que la actuación de Publiespaña no supuso incumplimiento alguno, ni de los compromisos, ni de la normativa reguladora de la competencia.

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Al igual que en el caso del expediente descrito anteriormente, el Estado de Situación Financiera Consolidado adjunto 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.

### **Expediente sancionador incoado por la CNMC por posible infracción del art. 1 de la Ley de Defensa de la Competencia**

En 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 de Defensa de la Competencia (LDC), al considerar que determinadas condiciones de contratación de la publicidad televisiva establecidas, supuestamente en paralelo, por Mediaset España y Atresmedia pudieran restringir injustificadamente la entrada y expansión de terceros operadores en este mercado.

La resolución de incoación no especifica en detalle los motivos de tal imputación, señalando genéricamente que se trataría, supuestamente, del establecimiento de cuotas de inversión y de la exigencia de contratación conjunta de publicidad en distintos canales en “simulcast”.

Mediaset España considera que dichas imputaciones carecen absolutamente de fundamento alguno, y niega rotundamente la existencia de cualquier acuerdo o práctica concertada con su principal competidor.

Por ello, Mediaset España confía en la resolución favorable del citado expediente.

### **JUZGADO DE PRIMERA INSTANCIA Nº 6 DE MADRID: PROCESO 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).

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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 debe satisfacer la Sociedad por continuar con la utilización post-contractual del formato en el que se basa dicho programa.

Dicha Sentencia no es firme, pues ha sido recurrida ante el Tribunal Supremo, sin que se haya dictado aún una resolución firme al respecto.

El Estado de Situación Financiera Consolidado adjunto no incluye provisión alguna en relación con esta contingencia, al estimar los Administradores y sus asesores un pronunciamiento final totalmente exculpatario, por las razones que, entre otras, se detallan a continuación: uno de los puntos que Mediaset España cuestiona a través de este procedimiento, es que ITV sea la titular de la única parte del programa denominado “Pasapalabra” que resulta realmente original y, por tanto, protegible desde un punto de vista de la normativa reguladora de la propiedad intelectual, que es la parte o prueba final denominada y conocida como “el Rosco”.

A tal fin, Mediaset España ha acreditado suficientemente que el programa “Pasapalabra” está basado en el programa emitido por vez primera en Italia bajo el título “Passaparola” (título que está registrado a nombre de Reti Televisive Italiane, S.p.A. RTI), cuya parte final, El Rosco, originalmente conocida como “End Game 21x100”, se produjo bajo licencia expresa de una empresa denominada “MC&F”, creadora de dicho formato.

Así pues, la debida ponderación de los numerosos y categóricos medios de prueba aportados por Mediaset España al proceso en el sentido indicado, han de conducir a la estimación del recurso de casación planteado.

### **PROCEDIMIENTO RELATIVO A LA REGULARIZACION DE LA TASA SOBRE JUEGOS DE SUERTE, ENVITE O AZAR Y RIFAS Y TOMBOLAS AFECTANTE AL PERIODO 2008-2011.**

Con fecha 17 de mayo de 2013, la Dependencia de Control Tributario y Aduanero de la Delegación Central de Grandes Contribuyentes de la AEAT dictó un Acuerdo liquidatorio de la Tasa de juegos de suerte, envite o azar, correspondiente a los años 2008, 2009, 2010 y 2011, en relación con los denominados programas-concurso “Call Tv”, por importe de 9.029 miles de euros, por el que el grupo tiene constituido un aval.

Dicho acuerdo fue debidamente impugnado, primero en vía administrativa, hasta agotarla, y después ante la jurisdicción contencioso-administrativa. Los motivos en los que la Sociedad sustentó su impugnación son de doble orden: por un lado, se sostiene que la misma unidad actuaria que realizó las actuaciones de comprobación que dieron lugar a la liquidación impugnada, fue la que, en actuaciones de comprobación anteriores (también referidas a la Tasa sobre el Juego), relativas a los ejercicios 2005, 2006, 2007 y 2008, concluyó que los Programas-Concurso Call TV no eran calificables como “rifa” y,

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

por lo tanto, no estaban sujetos a la Tasa sobre el Juego; circunstancia que suponía una evidente quiebra del principio de confianza legítima y, en fin, del de seguridad jurídica.

Por otro lado, pero con la misma intensidad, se sostuvo que los Programas Concurso “Call TV” no constituyen, efectivamente, una modalidad de “rifa” y, por lo tanto, no entran en el ámbito del hecho imponible que gravaba la Tasa sobre Juegos, como así lo reconoció la propia APELAE (Entidad Pública Empresarial Loterías y Apuestas del Estado) al afirmar que tales Programas *“se configuran en la práctica más como un nuevo juego, ajeno a las competencias de esta Entidad, que como una rifa autorizable”*.

Mediante la sentencia de fecha 14 de marzo de 2016, la Sección Séptima de la Sala de lo Contencioso-Administrativo la Audiencia Nacional desestimó el recurso contencioso-administrativo instado frente al acuerdo liquidatorio; sentencia que fue objeto de recurso de casación ante el Tribunal Supremo

Mediante sentencia de fecha de 11 de octubre de 2017, el Tribunal Supremo ha resuelto el recurso de casación interpuesto por Mediaset España. Dicha sentencia estima el recurso y, por lo tanto, anula la sentencia de la Audiencia Nacional que había sido recurrida, por entender que su motivación era defectuosa. Sin embargo, en la misma resolución, el Tribunal Supremo ha decidido entrar en el fondo del asunto, acordando desestimar el recurso contencioso-administrativo de Mediaset España. Al margen de lo particular de esta circunstancia, la argumentación que utiliza el Tribunal es incongruente y manifiestamente errónea sobre la base de la prueba practicada.

Con fecha 15 de noviembre de 2017, Mediaset España ha planteado un incidente de nulidad frente a dicha sentencia ya que, pese a estimar el recurso de casación y reconocer que la Administración tributaria conculcó los principios de confianza legítima y actos propios, adopta luego una decisión basada en premisas inexistentes (una supuesta “jurisprudencia” sobre los Call TV, que no es tal) o patentemente erróneas (al desconocer el resultado de la única prueba pericial practicada).

El incidente de nulidad de actuaciones es de carácter extraordinario, porque sólo cabe interponerlo ante determinadas resoluciones judiciales, como la dictada por el Tribunal Supremo, y por el carácter tasado de los motivos que se pueden alegar en el mismo, entre los que se encuentran los invocados por Mediaset España.

En el supuesto de que se acojan los motivos de nulidad, razonados y motivados, planteados por Mediaset España y se dicte auto estimatorio de la nulidad, se deben reponer (como preceptúa el artículo 241 LOPJ) las actuaciones al estado anterior al defecto que causó la misma. No puede, por tanto, entenderse que la sentencia es firme, debiendo posponerse sus efectos hasta la resolución definitiva del incidente de nulidad e, incluso, de un eventual recurso de amparo, en el que (ex art. 56.2 LOTC) se puede interesar la suspensión de sus efectos. No obstante, la sociedad ha dotado la oportuna provisión.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 17. Deudas con partes vinculadas no corrientes

Este epígrafe comprendía un préstamo concedido por Mediaset Investment, S.R.L.A. a Mediacinco Cartera, S.L. al 31 de diciembre de 2016. Dicho préstamo ha sido cancelado el 23 de octubre de 2017 (véase Nota 13.2).

### 18. Deudas con terceros

Este epígrafe comprendía un préstamo concedido por Catalunya Comunicació, S.L. por importe de 8.800 miles de euros para la adquisición de la participación Emissions Digitals de Catalunya, S.A. de los cuales 1.238 se encontraban clasificados a 31 de diciembre de 2016 a corto plazo y 6.105 miles de euros clasificados a largo plazo. El vencimiento previsto de este préstamo era de cuatro años a un tipo de interés del 2%. En el ejercicio 2017 se ha amortizado totalmente debido a la desinversión realizada en dicha empresa (véanse Notas 10 y 13.2).

### 19. Provisiones Corrientes

El detalle que recoge este concepto para el 2017 y 2016 es el siguiente:

	Saldo a 31.12.16	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	Saldo a 31.12.17
Rappels sobre ventas a clientes	35.658	38.519	(35.183)	-	-	38.994
Provisiones para responsabilidades	113	-	-	(12)	-	101
	<b>35.771</b>	<b>38.519</b>	<b>(35.183)</b>	<b>(12)</b>	-	<b>39.095</b>

	Saldo a 31.12.15	Dotación	Aplicación	Reversión	Traspaso	Saldo a 31.12.16
Rappels sobre ventas a clientes	34.839	33.413	(32.594)	-	-	35.658
Provisiones para responsabilidades	98	25	-	(10)	-	113
	<b>34.937</b>	<b>33.438</b>	<b>(32.594)</b>	<b>(10)</b>	-	<b>35.771</b>

Provisiones para responsabilidades léase junto con la Nota 16.

### 20. Situación Fiscal

#### 20.1. 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 20.2. Ejercicios sujetos a inspección fiscal

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

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

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

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

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

Concepto/s	Períodos
Impuesto sobre Sociedades	2015 a 2016
Impuesto sobre el Valor Añadido	2015 a 2017
Retenciones a cta. imposición no residentes	2015 a 2017
Impuesto de las actividades del juego	2014 a 2017
Declaración anual de operaciones	2013 a 2016
Retención/Ingreso a Cuenta Rendimientos Trabajo/Profesional	2015 a 2017
Decl. Recapitulativa entreg. y adq. Intracom. bienes	2014 a 2017

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

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 20.3. Saldos mantenidos con la Administración Fiscal

Los saldos deudores y acreedores con Administraciones Públicas a 31 de diciembre de 2017 y 2016 son los siguientes:

	<b>Saldo a 31.12.17</b>	<b>Saldo a 31.12.16</b>
<b>Pasivos por impuestos diferidos (Nota 20.5)</b>	<b>18.742</b>	<b>11.784</b>
Impuesto sobre el Valor Añadido	7.464	8.778
Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas	3.280	2.961
Organismos de la Seguridad Social Acreedora	1.574	1.604
Otras Entidades Públicas	6.557	7.466
<b>Hacienda Pública Acreedora</b>	<b>18.875</b>	<b>20.809</b>
	<b>Saldo a 31.12.17</b>	<b>Saldo a 31.12.16</b>
<b>Activos por impuestos diferidos (Nota 20.5)</b>	<b>100.975</b>	<b>112.953</b>
<b>Activos por impuestos corrientes (Nota 20.4)</b>	<b>15.214</b>	<b>13.555</b>
Impuesto sobre el Valor Añadido	115	717
Otros impuestos deudores	24	82
<b>Hacienda Pública Deudora</b>	<b>139</b>	<b>799</b>

Como consecuencia de la ley 8/2009 de financiación de Radio Televisión Española al instaurarse definitivamente los procedimientos de cálculo, declaración y pago desarrollados en el Real Decreto 1004/2010 de 5 de agosto por el que se desarrolla la ley 8/2009, y la orden ITC/2373/2010 de 9 de septiembre por la que se aprueban los modelos de las autoliquidaciones y pagos a cuentas previstas en la ley 8/2009, se recoge en la línea Otras Entidades Públicas el correspondiente 3% de los ingresos brutos de explotación facturados. El saldo a pagar a 31 de diciembre 2017 es de 6.368 miles de euros (6.794 miles de euros a 31 de diciembre 2016).

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 20.4. Gasto por Impuesto sobre Sociedades

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

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
<b>Cuenta de resultados separada consolidada</b>		
Impuesto sobre Sociedades corriente		
- Gasto por Impuesto sobre Sociedades corriente	31.126	30.068
Impuesto sobre Sociedades diferido		
- Relativo a incrementos y disminuciones de diferencias temporarias	18.936	25.022
	<u><b>50.062</b></u>	<u><b>55.090</b></u>
	<u>2017</u>	<u>2016</u>
<b>Estado del resultado global consolidado</b>		
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	(91)	-
- Ajuste por tipo de gravamen	-	-
Impuesto diferido cargado directamente en otro resultado global	<u>(91)</u>	<u>-</u>
	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Resultado Consolidado antes de Impuestos	247.408	225.815
Tipo fiscal (25%)	61.852	56.454
Diferencias permanentes	403	5.191
Diferencias temporarias	(5.252)	(7.887)
Deducciones y bonificaciones	(6.941)	1.332
	<u><b>50.062</b></u>	<u><b>55.090</b></u>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

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:

	2017		2016	
	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto	Cuenta de pérdidas y ganancias	Patrimonio neto
Resultado Consolidado Contable antes de Impuestos	247.408	-	225.815	-
Variaciones en el perímetro de consolidación	59	-	-	-
Diferencias permanentes	1.611	-	20.764	-
Diferencias temporarias	(21.009)	-	(31.549)	-
<b>Base imponibles (resultado fiscal)</b>	<b>228.069</b>	<b>-</b>	<b>215.030</b>	<b>-</b>

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

	2017
Base imponible	228.069
Cuota íntegra (25%)	57.017
Compensación bases imponibles negativas	(14.254)
Deducciones y bonificaciones	(11.284)
Retenciones	(40.028)
<b>Impuesto sobre Sociedades a devolver</b>	<b>(8.549)</b>

	2016
Base imponible	215.030
Cuota íntegra (25%)	53.758
Compensación bases imponibles negativas	(13.439)
Deducciones y bonificaciones	(10.703)
Retenciones	(36.292)
<b>Impuesto sobre Sociedades a devolver</b>	<b>(6.677)</b>

El Impuesto sobre Sociedades a devolver se desglosa como sigue:

	2017	2016
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2015	-	6.878
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2016	6.665	6.677
Hacienda Pública Deudora I. sobre Sociedades año 2017	8.549	-
<b>Total (Nota 20.3)</b>	<b>15.214</b>	<b>13.555</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 20.5. 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.

#### 2017

##### Activos por Impuestos Diferidos con Origen en:

	Saldo a 31.12.16	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.17
		Aumentos	Disminuc.		
Provisión Litigios	923	2.257	(923)	-	2.257
Limitación deducibilidad amortizaciones	4.046	-	(2.372)	-	1.674
Otros conceptos	7.772	1.534	(408)	-	8.898
Deducciones pendientes de aplicar	47.961	2.534	-	-	50.495
Pérdidas a compensar	52.251	182	(14.782)	-	37.651
<b>Total Impuesto diferido de Activo</b>	<b>112.953</b>	<b>6.507</b>	<b>(18.485)</b>	-	<b>100.975</b>

#### 2016

##### Activos por Impuestos Diferidos con Origen en:

	Saldo a 31.12.15	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.16
		Aumentos	Disminuc.		
Provisión Litigios	806	117	-	-	923
Limitación deducibilidad amortizaciones	6.296	-	(2.250)	-	4.046
Otros conceptos	10.208	1.377	(3.813)	-	7.772
Deducciones pendientes de aplicar	51.507	-	(3.546)	-	47.961
Pérdidas a compensar	65.690	-	(13.439)	-	52.251
<b>Total Impuesto diferido de Activo</b>	<b>134.507</b>	<b>1.494</b>	<b>(23.048)</b>	-	<b>112.953</b>

#### 2017

##### Pasivos por Impuestos Diferidos con Origen en:

	Saldo a 31.12.16	Cuenta de pérdidas y ganancias		Patrimonio neto	Saldo a 31.12.17
		Aumentos	Disminuc.		
Activos Intangibles	11.784	9.325	(2.458)	91	18.742
Activos financieros disponibles para la venta	-	-	-	-	-
Otros conceptos	-	-	-	-	-
<b>Total Impuesto diferido de Pasivo</b>	<b>11.784</b>	<b>9.325</b>	<b>(2.458)</b>	<b>91</b>	<b>18.742</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

<b>2016</b>	<b>Saldo a 31.12.15</b>	<b>Cuenta de pérdidas y</b>		<b>Patrimonio neto</b>	<b>Saldo a 31.12.16</b>
		<b>Aumentos</b>	<b>Disminuc.</b>		
<b>Pasivos por Impuestos Diferidos con Origen en:</b>					
Activos Intangibles	8.315	4.682	(1.213)	-	11.784
Activos financieros disponibles para la venta	-	-	-	-	-
Otros conceptos	-	-	-	-	-
<b>Total Impuesto diferido de Pasivo</b>	<b>8.315</b>	<b>4.682</b>	<b>(1.213)</b>	<b>-</b>	<b>11.784</b>

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

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

	<b>2017</b>	<b>2016</b>
	(Miles de euros)	
Deducciones pendientes año 2012	5.107	14.338
Deducciones pendientes año 2013	7.060	7.060
Deducciones pendientes año 2014	10.444	10.808
Deducciones pendientes año 2015	8.614	8.614
Deducciones pendientes año 2016	7.140	7.140
Deducciones pendientes año 2017	12.130	-
	<b>50.495</b>	<b>47.960</b>

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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

El detalle de las bases imponibles negativas registradas que el Grupo tiene pendientes de compensar para los ejercicios 2017 y 2016 es el siguiente:

	<b>2017</b>	<b>2016</b>
	(Miles de euros)	
Año 2004	-	12
Año 2005	-	1.858
Año 2006	-	103
Año 2011	-	2
Año 2012	-	-
Año 2013	149.425	207.030
Año 2017	1.178	-
	<b>150.603</b>	<b>209.005</b>

El Grupo tiene bases imponibles negativas no registradas por importe de 6.703 miles de euros a 31 de diciembre de 2017 y 2016, generadas por una sociedad del Grupo de manera previa a su incorporación al grupo de consolidación fiscal.

### 21. Garantías Comprometidas con Terceros

Teniendo en cuenta la naturaleza de las distintas garantías, el detalle a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es como sigue:

	<b>31.12.2017</b>	<b>31.12.2016</b>
	(miles de euros)	(miles de euros)
<b>Naturaleza</b>		
<b>Avales Constituidos</b>		
Avales constituidos para contratos/concesiones/concursos	49.182	8.977
Avales Constituidos como garantía ante la Agencia Tributaria	9.029	9.029
Avales judiciales	38.106	38.031
	<b>96.317</b>	<b>56.037</b>
<b>Avales recibidos</b>	<b>15.156</b>	<b>16.187</b>
	<b>31.12.2017</b>	<b>31.12.2016</b>
	(miles de	(miles de
<b>Naturaleza</b>	dólares)	dólares)
<b>Avales Constituidos</b>		
Avales constituidos para contratos/concesiones/concursos	2.062	2.062

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **21.1. Avales Constituidos**

- Al 31 de diciembre de 2017 el Grupo tiene avales constituidos por 49.182 miles de euros necesarios para su actividad comercial (8.977 miles de euros en el ejercicio 2016). El aumento se debe principalmente a los avales constituidos para determinados acuerdos comerciales alcanzados durante el año por importe de 25.850 miles de euros. Además, existe otro aval por importe de 11.000 miles de euros constituido en la empresa Publiespaña, S.A.U.
- El Grupo tiene un aval constituido a por un importe de 9.029 miles de euros (Nota 16) ante la Dependencia de Control Tributario y Aduanero de la Agencia Tributaria por el recurso interpuesto frente al Acuerdo de Liquidación notificado por dicha dependencia con fecha 20 de mayo de 2013 que confirma la propuesta contenida en el acta de actuaciones inspectoras de fecha 16 de abril de 2013. Dichas actuaciones comprendían la comprobación de la Tasa de Juegos, suerte, envite o azar, comprendiendo el período: desde junio de 2008 a diciembre de 2011.
- El Grupo tiene constituido un aval por el importe de 15,6 millones de euros ante la Sección Sexta de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional por el recurso interpuesto frente a la resolución de la Comisión Nacional de la Competencia de 6 de febrero de 2013 en el expediente SNC/0024/12, en virtud de la cual se declaró el incumplimiento por Mediaset España Comunicación, S.A. de diversos compromisos por los que se autorizó la operación Telecinco/Cuatro y se impuso en consecuencia a éste una sanción por el importe al que asciende el mencionado aval (Nota 16).
- El Grupo tiene constituidos dos avales por el importe de 14.909 y 2.091 miles de euros respectivamente ante el Juzgado de lo Mercantil nº 6 de Madrid en cumplimiento del Auto de fecha 22 de diciembre de 2014 (Nota 16).
- Existen otros avales judiciales constituidos por importe de 5.506 miles de euros.

### **21.2. Avales Recibidos**

El Grupo, dentro de sus formas de contratación publicitaria recoge la necesidad de que las ventas aplazadas acompañen avales de garantía para el buen fin de la operación. El importe de avales recibidos por este motivo a 31 de diciembre de 2017 y 2016 es el que aparece detallado en el cuadro anterior.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 22. Planes de Incentivos mediante Acciones

A 31 de diciembre de 2017 no existen planes de opciones sobre acciones pendientes de ejecutar.

En los ejercicios 2017 y 2016 no se ha aprobado ningún Plan de Opciones sobre acciones, y por lo tanto, durante los ejercicios 2017 y 2016 no se ha cargado ningún importe en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias como consecuencia de estos Planes.

En el ejercicio 2016:

	Número de Opciones	Precio de Ejercicio (Euros)	Año de Concesión	Fecha de Inicio del Derecho	Fecha de Final del Derecho
Opciones asignadas	673.225	5,83	2011	27/07/2014	26/07/2016
Opciones canceladas	(57.000)	5,83	2011		
Opciones ejercitadas	(616.225)				
<b>Plan 2011</b>	-				
<b>Total Planes vigentes</b>	-				

El Grupo tenía acciones propias para cumplir con estos compromisos.

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

El sistema se nutre anualmente, y a partes iguales, de la aportación de cada beneficiario y de otra a cargo 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 2017 y 2016, han sido registrados dos Planes de Incentivación y Fidelización a largo plazo (PIF), aprobados en los ejercicios 2016 y 2017 referidos a los periodos 2016 a 2018 y 2017 a 2019 respectivamente. Tales Planes contemplan la atribución de derechos gratuitos para la asignación de acciones regulares a altos directivos y Consejeros Ejecutivos del Grupo, condicionada 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 encuentran ahora mismo 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

	<b>PIF 2016</b>	<b>PIF 2017</b>
Fecha aprobación plan. Junta accionistas	13/04/2016	27/04/2017
Período de maduración	13/04/2016 a 31/12/2018	31/12/2019
Período de entrega de acciones	60 días siguientes Junta accionistas 2019	60 días siguientes Junta accionistas 2020

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

	<b>PIF 2016</b>	<b>PIF 2017</b>	<b>Total</b>
Derechos asignados durante el ejercicio	117.579		117.579
Derechos caducados durante el ejercicio	(5.564)		(5.564)
Derechos vigentes a 31/12/2016	<u>112.015</u>		<u>112.015</u>
Derechos asignados durante el ejercicio		92.570	92.570
Derechos vigentes a 31/12/2017		<u>92.570</u>	<b>204.585</b>

Durante el ejercicio 2017 se han registrado 726 miles de euros en la cuenta de pérdidas y ganancias como consecuencia de este sistema (245 miles de euros en diciembre de 2016) (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 si Fair Value:

Plan 2016: 8,76€ por acción  
Plan 2017: 11,29€ 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 23. Ingresos y Gastos

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

<u>Actividad</u>	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Ingresos por servicios publicitarios	931.877	929.431
Prestación servicios	47.368	47.578
Otros	6.404	8.029
<b>Total</b>	<b><u>985.649</u></b>	<b><u>985.038</u></b>

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

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
España	957.019	965.766
Unión Europea	18.255	14.072
Resto	10.375	5.200
<b>Total</b>	<b><u>985.649</u></b>	<b><u>985.038</u></b>

23.2. Los gastos de personal correspondientes al 2017 y 2016 son los siguientes:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Sueldos y salarios	89.186	89.641
Seguridad Social	16.032	15.871
Otras Cargas sociales	428	360
<b>Total</b>	<b><u>105.646</u></b>	<b><u>105.872</u></b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

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

	2017			2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directores	76	40	<b>116</b>	77	39	<b>116</b>
Jefes	39	43	<b>82</b>	35	44	<b>79</b>
Periodistas	54	86	<b>140</b>	52	87	<b>139</b>
Administrativos/Técnicos	440	466	<b>906</b>	445	460	<b>905</b>
Otros	21	2	<b>23</b>	21	2	<b>23</b>
Personal por obra	7	6	<b>13</b>	7	6	<b>13</b>
<b>Total personal</b>	<b>637</b>	<b>643</b>	<b>1.280</b>	<b>637</b>	<b>638</b>	<b>1.275</b>

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

	2017			2016		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Directores	76	38	<b>114</b>	77	41	<b>118</b>
Jefes	41	43	<b>84</b>	37	43	<b>80</b>
Periodistas	55	87	<b>142</b>	52	84	<b>136</b>
Administrativos/Técnicos	437	462	<b>899</b>	440	468	<b>908</b>
Otros	21	2	<b>23</b>	21	2	<b>23</b>
Personal por obra	7	4	<b>11</b>	5	4	<b>9</b>
<b>Total personal</b>	<b>637</b>	<b>636</b>	<b>1.273</b>	<b>632</b>	<b>642</b>	<b>1.274</b>

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

	2017	2016
	Total	Total
Periodistas	<b>1</b>	<b>1</b>
Administrativos/Técnicos	<b>7</b>	<b>8</b>
<b>Total personal</b>	<b>8</b>	<b>9</b>

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

	2017	2016
Dotaciones	513	891
Reversiones	(2.261)	(6.890)
<b>Total</b>	<b>(1.748)</b>	<b>(5.999)</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

23.4. El detalle de Otros gastos para el ejercicio 2017 y 2016 es el siguiente:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Servicios exteriores	189.058	174.409
Tributos	26.945	27.466
Otros gastos	1.709	4.828
Exceso de provisiones	(6.553)	(3.160)
<b>Total</b>	<b><u>211.159</u></b>	<b><u>203.543</u></b>

El exceso de provisiones recoge principalmente la reversión de provisiones explicadas en las Notas 16 y 19.

23.5. 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 206 miles de euros en el ejercicio 2017 (220 miles de euros para el ejercicio 2016 por el auditor Ernst & Young, S.L).

Por otra parte, los honorarios relativos a otros servicios profesionales prestados principalmente a la Sociedad dominante por el auditor principal han ascendido a 66 miles de euros a 31 de diciembre de 2017 (96 miles de euros en ejercicio 2016).

23.6. El ingreso financiero neto del Grupo en los ejercicios 2017 y 2016 ha sido como sigue:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Ingresos por intereses	418	829
Gastos por intereses	(878)	(1.289)
<b>Total</b>	<b><u>(460)</u></b>	<b><u>(460)</u></b>

Los ingresos financieros se producen principalmente por intereses de créditos a empresas vinculadas y 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 23.7. Diferencias de Cambio

El desglose de las diferencias de cambio de los ejercicios 2017 y 2016 es como sigue:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
Diferencias positivas de cambio	2.845	354
Diferencias negativas de cambio	(3.607)	-
<b>Total</b>	<b><u>(762)</u></b>	<b><u>354</u></b>

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 28 millones USD en el ejercicio 2017 y a 27 millones USD en el 2016.

Asimismo, dentro del apartado de deudas por compras de Derechos Audiovisuales, 12.701 miles de euros están denominados en dólares en el ejercicio 2017 y 14.332 miles de euros en el 2016.

Dentro del apartado de clientes por ventas y prestación de servicios, 466 miles de euros están denominados en dólares en el ejercicio 2017, frente a 965 miles de euros, en el 2016.

### 23.8. Arrendamiento Operativo

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

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
	Miles de euros	
Cuotas de arrendamientos operativos reconocidas en resultados del ejercicio	1.637	1.680
	<b><u>1.637</u></b>	<b><u>1.680</u></b>

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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

### 24. Beneficio por Acción

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

	31.12.17	31.12.16
<b>Total acciones emitidas</b>	<b>336.717.490</b>	<b>336.717.490</b>
Menos: Acciones propias ponderadas	(4.335.061)	(7.929.915)
Total de acciones en circulación	332.382.429	328.787.575
Efecto dilutivo de opciones por acciones	-	68.535
Número total de acciones para el cálculo del beneficio por acción diluido	332.382.429	328.856.110

#### 24.1. Beneficio Básico por Acción:

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

De acuerdo con ello:

	31.12.17	31.12.16	Variación
Resultado neto del ejercicio (miles de euros)	197.496	170.997	26.499
Acciones en circulación (Nota15.1)	332.382.429	328.787.575	3.594.854
<b>Beneficio básico por acción (euros)</b>	<b>0,59</b>	<b>0,52</b>	<b>0,07</b>

#### 24.2. 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.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

De acuerdo con ello:

	31.12.17	31.12.16	Variación
Resultado neto del ejercicio (miles de euros)	197.496	170.997	26.499
Acciones para el cálculo del beneficio por acción diluido	332.382.429	328.856.110	3.526.319
<b>Beneficio diluido por acción (euros)</b>	<b>0,59</b>	<b>0,52</b>	<b>0,07</b>

## 25. Operaciones con Partes Vinculadas

### 25.1. 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.

#### Créditos a empresas vinculadas

En la Nota 11 se recogen los créditos concedidos a Pegaso Televisión Inc. cuyo importe a 31 de diciembre de 2017 asciende a 3.679 miles de euros (4.186 miles de euros a 31 de diciembre de 2016). A 31 de diciembre de 2017 se recoge además el préstamo participativo concedido a la sociedad Alea Media, S.A. por importe de 210 miles de euros y a la sociedad Melodía Producciones, S.L. por importe de 480 miles de euros (véase Nota 25.1).

El detalle de las condiciones de financiación del Grupo con empresas asociadas y accionistas en cuanto a los límites establecidos, saldos dispuestos y plazos de vencimiento es el siguiente:

	Corto Plazo Límite	Dispuesto (Dr) Cr	Largo Plazo Límite	Dispuesto (Dr) Cr	Vto
<b>Ejercicio 2017</b>					
Empresas asociadas o accionista	-	-	-	-	-
<b>Ejercicio 2016</b>					
Empresas asociadas o accionista	-	-	75.000	7.549	2019

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

Los tipos de interés aplicables a estas financiaciones, excluyendo aquellos formalizados en la modalidad de préstamo participativo, son de EURIBOR más un diferencial de mercado para los ejercicios 2017 y 2016.

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

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

	31.12.2017		31.12.2016	
	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.	35	1.346	111	5.753
La Fábrica de la Tele, S.L.	14	6.544	1	8.766
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	262	36	478	59
Emissions Digitals de Catalunya, S.A.	-	-	144	1.908
Megamedia Televisión, S.L.	108	2.783	76	2.567
Supersport Televisión, S.L.	278	889	485	813
Grupo Mediaset Italia	676	2.202	92	2.258
Alea Media, S.A.	-	1.427	-	-
Melodía Producciones, S.L.	6	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1.379</b>	<b>15.227</b>	<b>1.387</b>	<b>22.124</b>

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

<u>Ejercicio 2017</u>	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	703	703	-	-
Grupo Mediaset Italia	676	676	-	-
<b>Total (Nota 13.6.1)</b>	<b>1.379</b>	<b>1.379</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

<u>Ejercicio 2016</u>	Saldo	Vencimientos		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	1.295	1.295	-	-
Grupo Mediaset Italia	92	92	-	-
<b>Total (Nota 13.6.1)</b>	<b>1.387</b>	<b>1.387</b>	<b>-</b>	<b>-</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

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

<u>Ejercicio 2017</u>	<u>Saldo</u>	<u>Vencimientos</u>		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	13.025	13.025	-	-
Grupo Mediaset Italia	2.202	2.089	113	-
<b>Total</b>	<b>15.227</b>	<b>15.114</b>	<b>113</b>	<b>-</b>

<u>Ejercicio 2016</u>	<u>Saldo</u>	<u>Vencimientos</u>		
		3 meses	6 meses	12 meses
Sociedades participadas	19.866	16.290	3.576	-
Grupo Mediaset Italia	2.258	2.258	-	-
<b>Total</b>	<b>22.124</b>	<b>18.548</b>	<b>3.576</b>	<b>-</b>

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.

Durante el ejercicio, las sociedades del Grupo han realizado las operaciones siguientes con partes vinculadas:

	<u>Ventas</u>		<u>Otros ingresos</u>		<u>Compras bienes</u>		<u>Otros gastos</u>		<u>Compra Inmovilizado</u>	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
Producc. Mandarina, S.L.	155	132	-	-	4.201	11.327	-	-	1.141	-
La Fábrica de la Tele, S.L.	14	10	-	-	28.233	26.383	-	-	-	-
Megamedia Televisión, S.L.	314	257	-	-	8.924	6.809	-	-	544	208
Supersport Televisión, S.L.	1.641	1.829	-	-	8.111	9.818	-	-	-	-
Emissions Digitals de Catalunya, S.A.	45	850	-	-	4.228	8.032	-	-	-	-
Aunia Publicidad Interactiva, S.L.	616	724	-	-	92	84	-	-	-	-
Melodía Producciones, S.L.	15	-	10	-	-	-	-	-	1.601	-
Alea Media, S.A.	-	-	15	-	-	-	-	-	7.137	-
Grupo Pegaso	-	-	848	648	-	-	1.700	-	-	-
Grupo Mediaset Italia	1.763	1.610	-	-	1.576	1.534	1.337	1.420	-	280
<b>Total</b>	<b>4.563</b>	<b>5.412</b>	<b>873</b>	<b>648</b>	<b>55.365</b>	<b>63.987</b>	<b>3.037</b>	<b>1.420</b>	<b>10.423</b>	<b>488</b>

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Los dividendos recibidos de partes vinculadas en los ejercicios 2017 y 2016 son los siguientes:

	<u>2017</u>	<u>2016</u>
La Fábrica de la Tele, S.L.	1.289	1.682
Producc. Mandarina, S.L.	393	391
Megamedia Televisión	214	143
Supersport Televisión	446	350
	<u>2.342</u>	<u>2.566</u>

Adicionalmente, entre las operaciones vinculadas se encuentra un contrato de prestación de servicio de asesoría entre una Sociedad del Grupo (Publiespaña) y un Consejero de la Sociedad dominante por importe de 654 miles de euros para los ejercicios 2017 y 2016.

### 25.2. Remuneración a Administradores

La remuneración total devengada por los miembros del Consejo de Administración de la Sociedad dominante ascendió en el ejercicio 2017 y 2016 a 5.353 y 5.370 miles de euros, respectivamente, en concepto de salario y otras retribuciones en especie.

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 2017 y 2016 no se ha concedido nuevos 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 2017 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 57 miles de euros (66 miles de euros en el ejercicio 2016).

Durante el ejercicio 2017 ninguna persona física ha representado a la Sociedad dominante en órganos de administración, ya que no ha sido persona jurídica administradora en ninguna sociedad.

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

Notas Explicativas de las Cuentas Anuales Consolidadas del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 25.3. 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 puede resumirse en la forma siguiente:

Número de personas		Total Retribuciones (miles de euros)	
2017	2016	2017	2016
22	24	8.029	7.907

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 2016, en el ejercicio 2017 no se han asignado opciones sobre acciones a la Alta Dirección.

## 26. Hechos relevantes posteriores al cierre

Ninguno significativo.

## **Mediaset España Comunicación, S.A. Y Sociedades Dependientes**

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **LA ECONOMÍA ESPAÑOLA EN 2017**

Los datos sobre la evolución económica disponibles a fecha de formulación de estas Cuentas Anuales Consolidadas indican que en 2017 la economía española habrá avanzado un 3,1%, igualando el registro de los dos años anteriores a demostración de que la recuperación que comenzó en 2013 se ha mantenido en el tiempo de manera estable y ello a pesar de la crisis política catalana que, si bien ha podido tener algún efecto sobre la actividad económica, parece que sería más bien de carácter limitado y en línea con lo que se esperaba. Se estima igualmente que el consumo privado podría haber crecido en torno a un 2,5% en el año una cifra que, aún cinco décimas por debajo del registro del año anterior, confirma un dato positivo en un componente del PIB que es muy relevante para nuestro sector.

En términos de empleo, esta buena evolución de la economía podría haber resultado en una caída de la tasa de paro hasta el 16,1% al final del ejercicio, con una creación neta de empleo en el período de alrededor de 500.000 personas.

Este crecimiento continúa siendo superior al de la media de los países de la Eurozona cuyo alza se estima que para el ejercicio 2018 se sitúe en torno a un 2,4% en 2018 tras la considerable mejora experimentada en 2017, un año en el que estas economías han alcanzado registros superiores a lo esperado anotando el mejor dato de crecimiento desde el 2007, con países, como es el caso de Italia y Francia, que tras años de una atonía muy acentuada, han visto crecer sus PIB's muy por encima de los promedios de los últimos ejercicios.

En cuanto al resto del mundo, se estima que la media de crecimiento estará en torno a un 3,6%, mientras que en Estados Unidos nos encontraremos con un 2,2% de avance que compara de manera positiva con el registro de +1,6% experimentado en el ejercicio anterior.

También dan muestras de mejoría las economías latinoamericanas, dándose el caso (nos referimos fundamentalmente a Brasil y Argentina, dos de los mayores países de la región) de que los crecimientos negativos a que asistimos en ejercicios precedentes se han tornado positivos, mientras que México sigue transitando por una senda de crecimiento estable a pesar de las incertidumbres relacionadas con el potencial impacto de las medidas comerciales proteccionistas defendidas por el Presidente Trump.

Por lo que respecta a Asia y, muy especialmente, a China como economía más grande de la zona, los registros de crecimiento muestran continuidad en relación a los de los años precedentes sin que por el momento se atisben síntomas de una quiebra de la tendencia observada.

Por otro lado, y a pesar del nerviosismo que provocaron los movimientos de signo populista que triunfaron en 2016 y entre los que destacan de manera muy significativa la aprobación del Brexit y la elección de Donald Trump como presidente de los Estados Unidos en noviembre de ese año, el resultado de los procesos electorales llevados a cabo en 2017 (singularmente en Francia y Alemania) parece haber confirmado un clima de mayor estabilidad y ortodoxia por lo que se refiere a la política económica.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

A fecha de formulación de estas Cuentas Anuales Consolidadas parece que en 2018 asistiremos a una situación de continuidad en la buena dirección económica apuntada en 2017 tanto por lo que se refiere a Estados Unidos, donde las políticas fiscales expansivas puestas en funcionamiento por la Administración Trump permiten esperar un crecimiento superior al experimentado en 2017, como en Europa, donde se prevé que el PIB de los países de Unión suba por encima del 2%.

En cuanto a España, las estimaciones apuntan a una evolución del PIB todavía por encima de la media europea si bien algo más contenida que en los años anteriores (el consenso habla de un 2,6%) pero que en definitiva permitiría garantizar un comportamiento positivo del consumo privado y también una reducción adicional en la tasa de desempleo hasta (siempre según el consenso de analistas) niveles de en torno al 15%. Este menor crecimiento se explica por la subida en los precios del petróleo, un menor impulso de la política monetaria expansiva, el agotamiento de la demanda doméstica embalsada, una política fiscal neutral y algún efecto residual de la situación política catalana.

Se espera, por lo tanto, que todos los componentes de la demanda privada crezcan en 2018 en nuestro país, con un consumo privado al alza.

En este entorno de crecimiento moderado pero firme, resta por dilucidar si finalmente el Banco Central Europeo (BCE), a la vista de la evolución positiva de las economías de la Eurozona y de la aparición de tasas de inflación positivas, comenzará a modificar o no la política monetaria expansiva puesta en práctica en los últimos ejercicios, lo que implicaría una subida de los tipos de interés, que actualmente se encuentran en mínimos históricos. En estos momentos parece razonable aventurar que el BCE será cauteloso y que modificará su política únicamente cuando hayan desaparecido los desequilibrios estructurales que justificaron las medidas de relajación cuantitativa y se hayan confirmado de manera inequívoca tanto la ausencia de deflación como el tránsito por una senda de crecimiento económico sostenido.

### ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Mediaset España Comunicación, S.A. tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión. Al 31 de diciembre de 2017 explota comercialmente siete canales de Televisión (Telecinco, Factoría de Ficción, Boing, Cuatro, Divinity, Energy y Be Mad). Adicionalmente 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 2017 y 2016:

Titular	<b>2017</b>	<b>2016</b>
	Participación %	Participación %
Mediaset S.p.A.	50,20	50,20
Mercado	47,04	49,80
Acciones propias	2,76	-
<b>Total</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

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

- Producción Audiovisual
- Agencia de noticias
- Promoción Publicidad

### **EL NEGOCIO TELEVISIVO EN 2017**

Como se indicaba en los Informes de Gestión que acompañaban a las Cuentas Anuales Consolidadas de los ejercicios 2015 y 2016, la inversión publicitaria en TV creció un 6,4% en el primero de ellos y un 5,5% en el segundo, unos registros que, de manera secuencial, mostraban un comportamiento ligerísimamente decreciente en términos marginales que se explicaba porque, por una parte, las comparativas con los años anteriores eran cada vez más exigentes y, por la otra, porque la publicidad en TV había comenzado a despegar al menos seis meses antes de que lo hiciera la economía en su conjunto, un factor que tendía a desplazar las bases de comparación a medida que el ciclo se iba asentando.

Por lo que se refiere al ejercicio 2017, los datos oficiales del mercado publicitario de TV hechos públicos por Infoadex muestran un crecimiento del 1%, un registro significativamente más bajo que el del año anterior y también inferior al incremento de PIB experimentado en el ejercicio.

En realidad, esta cifra final es reflejo de la gran volatilidad interanual que se ha venido observando en el año, con evoluciones trimestrales muy dispares y, de manera singular, con un segundo trimestre que, tras un inicio del año con crecimiento robusto, registró una evolución negativa, una circunstancia que no se producía desde los tiempos anteriores al inicio de la recuperación del mercado.

A partir de julio, la publicidad pasó a comportarse de manera ligeramente positiva respecto al ejercicio anterior demostrando que, si bien de manera más aplanada que en la fase inicial del ciclo de recuperación publicitaria a partir de 2013 en la que el múltiplo de crecimiento era varias veces superior al PIB, su evolución seguía estando correlacionada con éste.

En todo caso, y como ya se señalaba en el Informe de Gestión de la Memoria Anual correspondiente a 2016, se ha corroborado en el año como los anunciantes siguen siendo muy cuidadosos en la planificación de sus campañas así como muy tácticos a la hora de decidir en qué momento invertir, todo lo cual ha redundado en una mayor volatilidad del mercado tanto mes a mes como en el conjunto de cada trimestre.

Por otra parte, los datos de 2017 vuelven a confirmar como la publicidad en TV sigue siendo el medio predominante en el conjunto del mercado publicitario global, con un peso del 40% del mismo, es decir tan solo cinco décimas menos que el porcentaje anotado 2016 y ello aún a pesar de la pujanza que viene evidenciando la publicidad on-line que alcanza ya un 28,9% del pastel publicitario global con los datos de que se dispone a la fecha de elaboración de este Informe de Gestión.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Un año más, el consumo de televisión (medido en minutos por espectador y día) ha seguido fuerte ya que, si bien mostrando descensos desde los máximos históricos alcanzados a mediados de 2013 (datos que, por otra parte, estaban seguramente inflados por la severidad de la crisis económica), continúa apuntándose unas cifras de las más altas de nuestro entorno, lo que constituye sin duda un signo claro de la buena salud del medio televisivo como herramienta de comunicación comercial.

En cuanto a los precios, éstos han continuado su recuperación en el año, si bien a un ritmo menor que en los ejercicios anteriores, estimándose que a finales del ejercicio quedaría aún por recuperar la mitad de lo que se perdió desde los máximos de mercado registrados en 2007 mientras que la ocupación publicitaria se acercó en el año a niveles cercanos a la plena ocupación.

Por lo que respecta al Grupo Mediaset, vale la pena reseñar que en 2017 hemos alcanzado una cuota del 43,3% de la inversión en el medio según los datos de Infoadex, un registro idéntico al del año 2016, lo cual es meritorio ya que en 2017 no se ha contado con eventos deportivos de importancia mientras que en el año anterior se retransmitió el Campeonato Europeo de fútbol de Francia. Estos porcentajes nos sitúan a 1,9 puntos de distancia de nuestro principal competidor, que anota un 41,4%, siendo esta distancia 0,7 puntos mayor que la que se produjo en 2016.

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 27,3% de audiencia y marcando una diferencia de 0,8 puntos con nuestro principal competidor, todo ello en un año en el que no se ha contado con eventos deportivos de relevancia y en el que los nuevos canales concedidos a finales de 2015 han estado operativos durante todo el ejercicio.

El canal Telecinco ha liderado una vez más la audiencia con un 12,4%, a 1 décima de diferencia de su principal competidor, mientras que Cuatro alcanzaba el 5,9% y un 9% el resto de los canales temáticos del Grupo, lo que les situó a una distancia de 1,7 puntos respecto a la marca obtenida por los canales temáticos de su principal competidor, todo ello en un año televisivo que en su última parte estuvo muy marcado por el impacto de la crisis catalana en lo que atañe a las audiencias y al componente de actualidad política dentro de las mismas.

Comparando los resultados del Grupo en 2016 con los correspondientes a 2017 se aprecia lo siguiente:

- Los ingresos de explotación pasan de 991.983 miles de euros en 2016 a 996.257 miles de euros en 2017 producto fundamentalmente del incremento de los ingresos publicitarios en el ejercicio.
- Los gastos de explotación pasan de 767.548 miles de euros en 2016 a 750.917 miles de euros en 2017, una reducción que refleja tanto el impacto del Europeo de Fútbol en el año anterior como la continuación en el actual del tradicional modelo de gestión de costes que es parte fundamental de la estrategia de negocio del Grupo.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- Finalmente, el resultado neto atribuible a la Sociedad Dominante en el ejercicio 2017 se sitúa en 197.496 miles de euros frente a los 170.997 miles de euros registrados en 2016, una mejora muy significativa que se explica fundamentalmente por la recuperación de los márgenes operativos experimentada en el ejercicio a resultas tanto del incremento de los ingresos de explotación como, de manera especial, por el control de los gastos.

### **DIVIDENDOS**

En el ejercicio 2017 se repartió un dividendo ordinario con cargo a los resultados de 2016 por importe de 147.201 miles de Euros, cifra que fue complementada con un dividendo extraordinario de 28.519 miles de Euros.

### **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.

Bajo la premisa de que la inversión cinematográfica nace de una obligación legal y no de una decisión libre debemos señalar que se ha apostado en general por la calidad y ambición de los proyectos que se acometen a partir de un criterio estratégico global que impregna su actividad en este campo y por el que se opta, siempre que resulta factible, por producciones de una cierta dimensión y tamaño que favorezcan el acceso a una explotación internacional de las mismas en función de las condiciones de mercado y de nuestra capacidad financiera, ya que la obligación se impone sobre los ingresos generados independientemente de su tendencia o evolución y sin consideración alguna hacia los costes incurridos o los márgenes obtenidos.

En definitiva, el objetivo es aunar eficazmente capacidad financiera, talento, rentabilidad y oportunidades para nuestros profesionales más brillantes o prometedores con el ánimo de, en la medida de lo posible y considerando que se trata de una actividad no voluntaria, intentar rentabilizar la inversión, produciendo películas que combinen calidad y comercialidad, todo ello bajo el sello distintivo de nuestro Grupo.

Pues bien, siguiendo la estela de los magníficos resultados obtenidos en 2015 y 2016, 2017 ha sido nuevamente un año magnífico en el que se han estrenado cuatro producciones que, en su conjunto, atrajeron a 8 millones de espectadores y recaudaron 47 millones de euros, lo que supone nada menos que el 48% de la taquilla recaudada por las 188 películas españolas estrenadas en el año. Los títulos a que nos referimos fueron:

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

“Es por tu bien”: una divertida comedia que recaudó 9,5 millones de euros y fue vista por 1,5 millones de espectadores en salas, estándose negociando actualmente la posibilidad de venta de derechos de “remake” a varios países.

“Tadeo Jones y el secreto del Rey Midas”: dirigida por Enrique Gato, se trata de la segunda parte de las aventuras de este héroe de animación. Con una recaudación de casi 18 millones de euros y 3,2 millones de espectadores en cines, consiguió el premio Goya a la mejor película de animación.

“El secreto de Marrowbone”: se trata de la ópera prima de Sergio G. Sánchez, guionista, entre otros, de “El Orfanato” y “Lo Imposible”; estrenada en octubre, recaudó en salas 7,3 millones de euros, fue vista por 1,2 millones de espectadores y se ha vendido internacionalmente en más de 80 territorios.

“Perfectos Desconocidos”: estrenada en diciembre, se trata sin duda de la comedia del año, habiendo producido a la fecha de preparación de este Informe de Gestión una recaudación de más de 20 millones de euros y estando todavía presente en el Top 10 de taquilla de nuestro país. Se trata de un “remake” de la exitosa producción italiana de idéntico título y, dirigida por Alex de la Iglesia, cuenta con un reparto coral de primeros actores y actrices.

Por lo que respecta a 2018, se estrenarán cuatro largometrajes de ficción y un documental, a saber:

“El Cuaderno de Sara”: estrenada a principios de febrero, lleva recaudados 3 millones de euros a fecha de redacción de este Informe de Gestión y continúa en los primeros lugares del ranking de ingresos de taquilla.

“Sanz”: se trata de un documental que gira alrededor de la figura de Alejandro Sanz y de su obra, estando previsto su estreno para el mes de abril.

“Yucatán”: llegará a las salas a finales del mes de agosto y se trata de una comedia dirigida por Daniel Monzón, que ya dirigió “Celda 211” y “El Niño”. Sus protagonistas son Luis Tosar y Rodrigo de la Serna.

“Superlópez”: es la adaptación cinematográfica del famoso comic español. Dirigida por Javier Ruiz Caldera y protagonizada por Dani Rovira, llegará a las pantallas en el mes de noviembre.

En el capítulo de rodajes, 2018 será un año intenso: en junio comenzará el rodaje de “Lo dejo cuando quiero”, una remake de la popularísima comedia italiana “Smetto quando voglio” que será dirigida por Carlos Theron (“Es por tu bien”) mientras que en verano se acometerá la producción de “Waydown”, un “thriller” en inglés de alto presupuesto dirigido por Jaume Balagueró (“Mientras duermes”, “REC”) y, en octubre, “Si yo fuera rico”, “remake” de una comedia francesa homónima que rodará Alvaro Fernández Armero. Por último, a finales de año Salvador García Calvo (“Los últimos de Filipinas”) se trasladará a África con “Un mundo prohibido”, un relato de supervivencia infantil en un entorno de miseria y en el mismo mes se iniciará el rodaje de la tercera parte de las Aventuras de Tadeo Jones.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **INTERNET**

Nuestro Grupo ha reforzado durante 2017 su apuesta por la actividad digital, logrando alzarse como la compañía del sector audiovisual con mayor consumo de video on-line en el cómputo global del año, con una media mensual de 81,1 millones de videos vistos frente a los 59,4 millones registrados por su principal competidor. Además, y con un promedio de 348 millones de minutos vistos al mes, se ha colocado en sexta posición del ranking global en Internet tras Google Sites, Openload, Facebook, Vevo y Broadband TV.

Una vez más se ha puesto de manifiesto en el año la fidelidad a las webs de Mediaset España por parte de los usuarios, registrándose una media mensual de consumo de video por espectador que se sitúa en 3 horas y 53 minutos, una cifra muy por delante de la que ostenta su principal competidor (1 hora y 37 minutos).

Por otro lado, se ha producido un incremento del 8,2% en el número de usuarios únicos respecto al ejercicio anterior hasta alcanzarse los 11,5 millones, situándose Telecinco.es (7,7 millones de usuarios únicos y 26,7 millones de videos vistos como promedio mensual en el ejercicio) muy por delante de su principal competidor, que ha anotado 7,1 y 3,7 millones respectivamente, mientras que Mitele, con una media de 2,5 millones de usuarios únicos y 48 millones de videos vistos al mes, se coloca también por delante de los registros de la competencia, circunstancia que se repite igualmente en términos de minutos consumidos.

Cabe destacar como durante el primer semestre de 2017 se renovaron las principales webs del Grupo a fin de conseguir una mejor adaptación tanto al nuevo entorno tecnológico como a los cambiantes hábitos de consumo, habiéndose conseguido que el consumo móvil de nuestros contenidos supere ya el 76%.

Estas modificaciones han permitido homogeneizar la experiencia de navegación y optimizar la carga de contenidos a la vez que se reducían los tiempos de carga y se mejoraban los formatos publicitarios sin penalizar la navegación del usuario.

Desde el punto de vista editorial, se han renovado en el año los esfuerzos para conseguir llegar a nuevos públicos, especialmente por lo que se refiere al nuevo canal de videos para Internet MTMad, lo que ha dinamizado la oferta de contenido digital del Grupo y multiplicado su valor para anunciantes y usuarios.

También en 2017 se han lanzado nuevos proyectos como una nueva web con contenidos digitales y otra dedicada a promoción de deportes que incluye historias de superación, esfuerzo y solidaridad.

En el ámbito infantil y juvenil se ha creado una nueva plataforma de entretenimiento en HD y accesible desde Mitele.es dotada de control parental.

Finalmente, a finales de 2017 se ha puesto en funcionamiento un sistema de suscripción a alertas para una mejor información de las novedades en nuestras webs y se han redoblado los esfuerzos para mejorar el posicionamiento de nuestros contenidos en los buscadores.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **ACCIONES PROPIAS**

La Sociedad posee 9.282.275 títulos de autocartera cuyo valor nominal al 31 de diciembre de 2017 representa el 2,76% del capital social (4.641 miles de euros de valor nominal), estando por debajo del máximo permitido por la Ley de Sociedades de Capital para entidades cotizadas.

Los aumentos a 31 de diciembre de 2017 se corresponden con la implantación del Plan de Recompra de Acciones aprobado con fecha 23 de febrero de 2017.

Las disminuciones a 31 de diciembre de 2017 se deben principalmente a la remuneración a empleados mediante acciones.

El valor en libros de las Acciones Propias al 31 de diciembre de 2017 asciende a 100.500 miles de euros (0 miles de euros al 31 de diciembre de 2016).

### **PAGO A PROVEEDORES**

En el año 2017 el período medio de pago a los proveedores nacionales del Grupo ha sido de 70 días.

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

### **EL TÍTULO MEDIASET ESPAÑA**

El año 2017 comenzó envuelto en un clima de considerable incertidumbre política derivada tanto de los acontecimientos acaecidos en 2016 (“Brexit”, elección de Donald Trump como presidente de Estados Unidos) como de los relevantes procesos electorales programados para el año (Francia y Alemania fundamentalmente), todo lo cual parecía apuntar hacia un ejercicio bursátil marcado por la volatilidad.

Sin embargo, la reacción de los mercados fue en una dirección opuesta a la esperada, observándose crecimientos sostenidos en la mayor parte de los mercados y alcanzándose records históricos en los selectivos de Estados Unidos, Alemania y Reino Unido.

En este sentido, los mejores comportamientos por lo que respecta a los mercados europeos tuvo lugar en el FTSE tuvieron lugar en el FTSE Mib italiano (+13,6% en el año), el DAX30 alemán (+12,5%), CAC40 francés (+9,3%) y FTSE100 británico (+7,6%), mientras que el Euro Stoxx50, índice de referencia europeo que aglutina las mayores empresas cotizadas del continente, se revalorizó en un 6,5%.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Por lo que respecta a Estados Unidos, los índices más relevantes han alcanzado como apuntábamos máximos históricos; el Nasdaq cerró el año con un incremento del 28,2% seguido del Dow Jones que creció un 25,1%, mientras que el S&P500 se revalorizó un 19,4%.

La conclusión es que unos buenos datos macroeconómicos a nivel global sumados a una baja volatilidad han animado a los inversores a apostar por la renta variable.

Por lo que respecta a España, el IBEX35 subió un 7,4% en el año (lo que constituye el mejor dato desde 2013), con 24 valores al alza y con una evolución interanual marcada por una primera parte muy positiva (hasta mayo la subida fue de casi un 20% superando los 11.100 puntos) y una última marcada por la crisis política catalana que trajo como consecuencia la retirada del mercado de muchos inversores temerosos de las posibles consecuencias negativas del proceso. El balance final fue que el selectivo cerró en positivo en siete de los doce meses del año, tocando mínimos el 23 de enero (9.305 puntos) y alcanzando su registro más alto el 5 de mayo 11.120 puntos), siendo Santander, BBVA y Telefónica los valores más negociados en el ejercicio (un 40% del volumen total del mismo).

Por lo que respecta a Mediaset España, el título cerró el año cotizando a 9,36 euros, con una caída del 16,1. El máximo de cotización se registró el 4 de mayo cuando alcanzó los 13 euros; a partir de ahí, y en coincidencia con las incertidumbres relativas a la situación de algún broadcaster extranjero que produjo un efecto contagio al resto de operadores del sector, el título comenzó a bajar hasta que el 10 de noviembre anotó su peor registro (8,62 euros).

El promedio diario de títulos negociados en el ejercicio fue de 1.290.029 (equivalente a 14.153 miles de euros), con una caída del 19% respecto al año anterior y el volumen total negociado se situó en 3.609.124 miles de euros, con una variación negativa del 14,5% respecto al año anterior. El volumen total de títulos negociados se situó en 354,3 millones frente a los 411,5 millones del año anterior, siendo el mes de mayo, en coincidencia con el pago de dividendo anual, el de más negociación de títulos de Mediaset España.

La capitalización bursátil de Mediaset España a 31 de diciembre de 2017 era de 3.151.339 miles de euros, lo que la situaba en el puesto 30 del Ibex35 y, aún a pesar de haber perdido en torno a 603.061 miles de euros de capitalización en el ejercicio, continuaba una vez más cómo líder indiscutido entre las compañías españolas del sector, con una capitalización superior en un 33% al conjunto de todas ellas y marcando una diferencia de 1.187.463 miles de euros respecto a su principal competidor AtresMedia, lo que permitía posicionarse en cuarto lugar dentro de los broadcasters europeos, inmediatamente, detrás de ITV, Prosieben y Mediaset S.p.A.

### **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.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

El compromiso de Mediaset España con las normas y principios de buen gobierno ha quedado patente desde nuestros primeros pasos como empresa cotizada en el año 2004. Desde entonces nuestro principal objetivo ha sido adaptar nuestros distintos cuerpos normativos al Código de Buen Gobierno, así como la aprobación de otros no existentes hasta el momento: nuestro Código Ético, de obligado cumplimiento por parte de cualquier persona física o jurídica que colabore en cualquier ámbito o de cualquier modo con nosotros, y el Reglamento Interno de Conducta de Mediaset España Comunicación, S.A y su Grupo de sociedades en su actuación en el Mercado de Valores.

Todo ello ha conllevado, asimismo, la revisión de la composición cuantitativa y cualitativa del Consejo de Administración y las Comisiones para cumplir con las recomendaciones en esta materia.

La verificación por parte de auditores independientes de nuestros Informes de (i) Gobierno Corporativo, (ii) Política Retributiva (Deloitte) y (iii) Responsabilidad Corporativa (PricewaterhouseCoopers) 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.

Adicionalmente, con base en las novedades normativas legales que han entrado en vigor en el ejercicio se acompaña a este Informe el “Estado de Información No Financiera” del ejercicio 2017.

### **COBERTURA DE RIESGOS FINANCIEROS**

El Grupo contrata instrumentos financieros para cubrir diferencias de cambio relativas a aquellas transacciones (principalmente compras de derechos de producción ajena) denominadas en moneda extranjera. Estas operaciones de cobertura tienen como objetivo compensar el impacto en la cuenta de resultados de las fluctuaciones del tipo de cambio sobre los pasivos pendientes de pago correspondientes a las transacciones citadas y para ello se realizan compras de divisas por el importe de dichos pasivos que se contratan a los plazos de pago previstos.

### **CONTROL DE RIESGOS**

La política de gestión de riesgos aplicada al Grupo se detalla en la Nota 13.5 de las Cuentas Anuales Consolidadas adjuntas.

### **INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

Nuestras principales inversiones se concentran en los contenidos presentes y futuros que nuestro Grupo emite o emitirá. No contamos con departamento específico de Inversión y Desarrollo aun siendo la innovación uno de nuestros puntos críticos de desarrollo.

### **ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES**

Dadas las actividades del Grupo, el mismo no tiene responsabilidades, gastos, activos, provisiones ni contingencias de naturaleza medioambiental que pudieran ser significativos en relación con el patrimonio, la situación financiera y los resultados del Grupo.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **ACONTECIMIENTOS SIGNIFICATIVOS POSTERIORES AL CIERRE**

A la fecha de formulación de este Informe de Gestión no se han producido hechos significativos posteriores al cierre del ejercicio 2017.

### **ESTRUCTURA DE CAPITAL**

El capital Social de la Sociedad asciende a 168.359 miles de euros representativos de 336.717.490 títulos al 31 de diciembre de 2017 y 2016. La totalidad de los mismos está representado mediante anotaciones en cuenta y son de idéntica clase.

Las acciones de la Compañía cotizan en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia. El Código ISIN es ES0152503035.

Desde el 3 de enero de 2005 Mediaset España Comunicación, S.A. es una sociedad que cotiza en el IBEX 35.

### **PERSPECTIVAS DE EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE LA SOCIEDAD**

Es de todos sabido que nuestro negocio depende fundamentalmente del mercado publicitario que, a su vez, ha estado históricamente correlacionado de una manera bastante directa con el consumo privado y con las perspectivas de evolución del mismo y, a través de estas variables, con la renta disponible de las familias y con el nivel de empleo. Sin embargo, para apreciar con perspectiva cómo interactúan entre sí estas variables hay que tomar en consideración periodos de tiempo suficientemente prolongados ya que, de otro modo, los resultados pueden resultar engañosos y confundir más que clarificar.

Además, esta correlación se ve afectada por la duración del ciclo publicitario y por el momento del mismo en el que se desarrolla la actividad.

Resulta por lo tanto superfluo resaltar que el negocio de nuestro Grupo en 2018 no podrá desligarse del contexto macroeconómico general en el que desarrollamos nuestra actividad ni tampoco de las magnitudes más correlacionadas con aquel, si bien habrá que matizar esta interdependencia con los factores de ciclicidad y de volatilidad interanual ya comentados.

Se ha explicado ya en este Informe de Gestión que los datos correspondientes a 2017 ponen de manifiesto que la economía española ha seguido creciendo a ritmo sostenido y mostrando una de las tasas más elevadas de nuestro entorno, estimándose que en 2018 continuarán las subidas en las principales variables macroeconómicas, si bien a niveles algo inferiores producto de haberse agotado algunos de los vientos de cola que estaban presentes en años pasados y también como consecuencia de la situación política en Cataluña.

En este sentido, si atendemos a las previsiones económicas más autorizadas, se prevé que el PIB español crezca en el año algo menos que en 2017 (el consenso se sitúa en un 2,5% de incremento con un consumo privado avanzando a un ritmo algo menor). Por supuesto que estas previsiones no toman en cuenta factores exógenos o imponderables en el ámbito internacional que pudieran afectar a nuestra economía.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

Por lo que se refiere específicamente a la actividad de televisión en abierto, esperamos que siga su curso el proceso de consolidación y normalización del sector al que hemos asistido en los últimos años, no previéndose que se modifique el panorama de operadores y canales existentes que quedó fijado tras la asignación de seis nuevos canales a finales de 2015.

Esperamos igualmente que el ciclo publicitario continúe al alza a caballo del crecimiento económico subyacente; en este contexto, la recuperación de los precios de venta de la publicidad, tan castigados durante los años de la crisis, seguirá siendo una prioridad si bien a ritmos más en consonancia con el momento del ciclo en que nos encontramos y siempre en el característico entorno de volatilidad en el corto plazo que ha sido la constante de los últimos ejercicios.

Esperamos igualmente 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 estable tal y como ha venido sucediendo en los últimos años a demostración de la importancia de la TV como medio de distribución de los mensajes publicitarios en razón de su penetración, simultaneidad en la llegada a los consumidores, uniformidad en los métodos de medición de audiencias e impactos y seguridad de su entorno al tratarse de un medio fuertemente regulado.

Continuaremos igualmente nuestros esfuerzos para asegurar la distribución de nuestros contenidos a través de todas las plataformas y dispositivos al alcance de los espectadores (TV, plataformas on-line etc.) invirtiendo para ello tanto en recursos económicos como de personal en línea con lo que hemos venido haciendo en los últimos años, siempre con una estrategia basada en la venta de publicidad en los distintos soportes como principal fuente de ingresos.

En este contexto de un mercado cambiante y de nuevas formas de distribución de contenidos audiovisuales, la estrategia de negocio de nuestro Grupo seguirá centrada en mantener nuestra posición de liderazgo tanto por lo que se refiere a la audiencia como a la explotación del mercado publicitario, con una fuerte presencia de la producción de contenidos propios tanto a través de nuestros propios medios como en asociación con productoras independientes que incluyen aquellas en las que poseemos una participación no de control.

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 competir eficazmente de los nuevos entrantes que han pasado a operar en el mercado español.

Proseguiremos igualmente con la estrategia de comercialización de nuestros contenidos propios que, si bien representa todavía un porcentaje pequeño de nuestros ingresos, ha ido avanzando a buen ritmo en estos últimos años y supone una línea de negocio rentable y con futuro.

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

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

permita la maximización de nuestros márgenes y de nuestros flujos de tesorería aprovechando el apalancamiento operativo que es consustancial a nuestro sector.

Por lo que se refiere a nuestra parrilla, continuaremos 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. En este contexto, la emisión de los partidos del Campeonato Mundial de Fútbol de Rusia de 2018 adquiridos creemos que será el complemento perfecto, por su notoriedad y relevancia, para apuntalar nuestra estrategia de negocio en el año.

Finalmente, el mantenimiento de una sólida posición financiera y patrimonial (que se plasma en la ausencia de endeudamiento y en la existencia de una caja positiva) 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.

Adicionalmente, y una vez normalizada la situación económica en la que se mueve nuestro sector, continuaremos con nuestra política de retribución al accionista a través de la distribución (a través de los distintos medios a nuestra disposición, dividendos, compras de acciones propias u otros) de la tesorería sobrante.

**Normas aplicables al nombramiento y sustitución de los miembros del órgano de administración, a la modificación de los Estatutos Sociales y a los poderes de los miembros del Consejo de Administración, en particular los relativos a la posibilidad de emitir o recomprar acciones.**

### **A. Normas aplicables al nombramiento y sustitución de los Consejeros.**

#### **Artículo 41 de los Estatutos Sociales - Designación de Consejeros.**

1. Los Consejeros serán nombrados por acuerdo de la Junta General, y sin perjuicio de la designación de Consejeros mediante el sistema proporcional adoptado con los requisitos establecidos en la normativa aplicable.
2. El cargo de Consejero será renunciable, revocable y reelegible una o más veces. El nombramiento de los Consejeros surtirá efecto desde el momento de su aceptación.
3. Si durante el plazo para el que fueron nombrados los Consejeros se produjesen vacantes, el Consejo podrá designar las personas que hayan de ocuparlas hasta que se reúna la primera Junta General. Asimismo, de producirse la vacante una vez convocada la Junta General y antes de su celebración, el Consejo de Administración podrá designar un Consejero hasta la celebración de la siguiente Junta General.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

4. No podrán ser nombrados Consejeros las personas incursas en cualquier supuesto de incompatibilidad o prohibición previsto en la Ley, los presentes Estatutos o el Reglamento del Consejo de Administración.

### **Artículo 54 de los Estatutos Sociales - Duración del cargo de Consejero.**

1. El Consejero será nombrado por un plazo de cuatro (4) años, pudiendo ser reelegido una o más veces por períodos de igual duración. Vencido el plazo, el nombramiento caducará, una vez se haya celebrado la siguiente Junta General o haya concluido el término legal para la convocatoria de la Junta General Ordinaria.
2. Los Consejeros independientes podrán ejercer su cargo por un plazo máximo de doce (12) años, no pudiendo ser reelegidos transcurrido dicho plazo, salvo Informe motivado favorable por parte de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

### **Artículo 55 de los Estatutos Sociales – Dimisión y cese de los consejeros.**

1. Los Consejeros cesarán en su cargo cuando lo decida la Junta General, cuando notifiquen su renuncia o dimisión a la Sociedad y cuando haya transcurrido el período para el que fueron nombrados. En este último caso, el cese será efectivo el día en que se reúna la primera Junta General.
2. 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 ochenta y cinco (85) años; (b) cuando cesen en los puestos ejecutivos a los que estuviere asociado su nombramiento como Consejero; (c) cuando por circunstancias sobrevenidas se vean incursos en alguno de los supuestos de incompatibilidad o prohibición aplicables; (d) cuando resulten gravemente amonestados por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones por haber infringido sus obligaciones como Consejeros; (e) cuando su permanencia en el Consejo pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de la Sociedad; o (f) cuando desaparezcan las razones por las que fueron nombrados.
3. Cuando un Consejero cese voluntariamente en su cargo antes de finalizado el mandato deberá remitir a todos los miembros del Consejo de Administración una carta en las que explique las razones de su cese. Asimismo, la Sociedad deberá comunicar dicho cese a la Comisión Nacional del Mercado de Valores como hecho relevante y explicar los motivos del cese en el Informe Anual sobre Gobierno Corporativo.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### **B. Normas aplicables a la modificación de los Estatutos Sociales de la Sociedad.**

#### **Artículo 34 de los Estatutos Sociales – Adopción de acuerdos**

1. La Junta General, Ordinaria o Extraordinaria, adoptará sus acuerdos con las mayorías exigidas por la normativa aplicable. Cada acción con derecho a voto presente o representada en la Junta General dará derecho a un voto.
2. La mayoría necesaria para aprobar un acuerdo requerirá el voto favorable de la mayoría simple de las acciones con derecho a voto presentes o representadas en la Junta General, entendiéndose adoptado un acuerdo cuando obtenga más votos a favor que en contra del capital presente o representado. Quedan a salvo los supuestos en que la Ley o estos Estatutos Sociales estipulen una mayoría superior.

En particular, cuando en segunda convocatoria concurren accionistas que representen el veinticinco por ciento (25%) o más del capital suscrito con derecho a voto sin alcanzar el cincuenta por ciento (50%), los acuerdos a que se refiere el artículo 25.2 anterior solo podrán adoptarse con el voto favorable de los dos tercios (2/3) del capital presente o representado en la Junta. Cuando concurren accionistas que representen más del cincuenta por ciento (50%) bastará con que el acuerdo se adopte por mayoría absoluta del capital presente o representado.

### **C.- Poderes de los miembros del Consejo de Administración y, en particular, los relativos a la posibilidad de emitir o recomprar acciones.**

Las normas a este respecto se encuentran, en primer lugar, en los Estatutos Sociales de la Compañía y, en segundo lugar, en su Reglamento Interno de Conducta.

**A.** En cuanto los Estatutos Sociales, el artículo 37 regula las facultades de administración y supervisión, disponiendo lo siguiente:

1. Salvo en las materias reservadas a la competencia de la Junta General por la Ley o los Estatutos Sociales, el Consejo de Administración es competente para adoptar los acuerdos sobre toda clase de asuntos, siendo el máximo órgano de decisión de la Sociedad.
2. Sin perjuicio de que correspondan al Consejo de Administración los más amplios poderes para gestionar, dirigir, representar y administrar la Sociedad, el Consejo de Administración centrará esencialmente su actividad en la definición y supervisión de las estrategias y directrices generales de gestión que deben seguir la Sociedad y su Grupo, así como en la difusión, coordinación y seguimiento de la implementación general de las estrategias, políticas y directrices de gestión de la Sociedad y su Grupo con el objetivo general de la creación de valor para el accionista, confiando por regla general la dirección y la gestión de los negocios ordinarios de la Sociedad a los órganos delegados y al equipo de dirección.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- 3.** En todo caso, habrán de reservarse a la exclusiva competencia del pleno del Consejo de Administración, sin posibilidad de delegación, las decisiones relativas a las siguientes materias:
- i. Su propia organización y funcionamiento.
  - ii. La convocatoria de la Junta General, la elaboración del orden del día y de las propuestas de acuerdo.
  - iii. Formulación de las cuentas anuales, del informe de gestión y de la propuesta de aplicación del resultado, así como las Cuentas Anuales y el Informe de Gestión Consolidados, y su presentación a la Junta General.
  - iv. La formulación de cualquier informe exigido por Ley en cada momento al Consejo de Administración, siempre y cuando la operación a que se refiere el informe no pueda ser delegada.
  - v. El nombramiento de Consejeros por cooptación y elevación de propuestas a la Junta General relativas al nombramiento, ratificación, reelección o cese de Consejeros.
  - vi. El nombramiento y destitución del o, en su caso, de los Consejeros Delegados de la Sociedad, así como el establecimiento de las condiciones de sus contratos.
  - vii. La designación y renovación de los cargos internos del Consejo de Administración y de los miembros de las Comisiones.
  - viii. La fijación, de conformidad con los presentes Estatutos Sociales, de la retribución de los miembros del Consejo de Administración, a propuesta de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.
  - ix. La formulación, previo informe favorable emitido por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, del Informe de Política Retributiva de los Consejeros conforme a la legislación vigente y a las recomendaciones de gobierno corporativo.
  - x. El pago de dividendos a cuenta.
  - xi. El pronunciamiento sobre toda oferta pública de adquisición que se formule sobre valores emitidos por la Sociedad.
  - xii. La aprobación y modificación del Reglamento del Consejo de Administración que regule su organización y funcionamiento internos.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- xiii. La formulación del Informe Anual de Gobierno Corporativo.
- xiv. El ejercicio de las potestades delegadas por la Junta General cuando no esté prevista la facultad de sustitución y ejercer cualesquiera funciones que la Junta General le haya encomendado, salvo que hubiera sido expresamente autorizado por ella para subdelegarlas.
- xv. La aprobación, previo informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, de las operaciones que la Sociedad o sociedades del Grupo realicen con Consejeros, en los términos previstos por la normativa aplicable al respecto, o con accionistas titulares, de forma individual o concertadamente con otros, de una participación significativa incluyendo accionistas representados en el Consejo de Administración de la Sociedad o de otras sociedades que formen parte del Grupo o con personas a ellos vinculadas. Los Consejeros afectados o que representen o estén vinculados a los accionistas afectados deberán abstenerse de participar en la deliberación y votación del acuerdo en cuestión a excepción de aquellas operaciones establecidas por la Ley en cada momento.  
  
No requerirán la aprobación por el Consejo de Administración, previo informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, las operaciones vinculadas que la Sociedad realice reuniendo simultáneamente las siguientes tres condiciones: (i) que se realicen en virtud de contratos cuyas condiciones estén estandarizadas y se apliquen en masa a un elevado número de clientes, (ii) que se realicen a precios o tarifas establecidos con carácter general por quien actúe como suministrador del bien o servicio de que se trate, y (iii) que su cuantía no supere el uno por ciento de los ingresos anuales de la Sociedad.
- xvi. La aprobación de las inversiones u operaciones de todo tipo que por su elevada cuantía o especiales características, tengan carácter estratégico o especial riesgo fiscal, salvo que su aprobación corresponda a la Junta General.
- xvii. La celebración de cualquier contrato o establecimiento de cualquier relación jurídica entre la Sociedad y un tercero cuyo valor sea superior a 80.000.000 de euros, salvo que su aprobación corresponda a la Junta General.
- xviii. La determinación de las políticas y estrategias generales de la Sociedad, y en concreto:
  - a) Aprobar los presupuestos anuales y, en su caso, del plan estratégico.
  - b) Aprobar y supervisar los objetivos de gestión y la política de dividendos.
  - c) Aprobar y supervisar la política de inversiones y financiación.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- d) Definir la estructura societaria del grupo de sociedades del que la Sociedad sea entidad dominante.
  - e) Aprobar y supervisar la política de Gobierno Corporativo de la Sociedad y del Grupo.
  - f) Aprobar y supervisar la Política de Responsabilidad Social Corporativa.
  - g) Aprobar la política de remuneraciones de los Consejeros para su sometimiento a la Junta General.
  - h) Aprobar la política de autocartera de la Sociedad.
- xix. Determinar la estrategia fiscal de la Sociedad.
  - xx. La evaluación del desempeño de los Consejeros Ejecutivos de la Sociedad.
  - xxi. La supervisión del efectivo funcionamiento de las Comisiones que hubiera constituido y de la actuación de los órganos delegados y de los directivos que hubiera designado.
  - xxii. 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.
  - xxiii. El nombramiento y destitución de los directivos que tengan dependencia directa del Consejo de Administración o de alguno de sus miembros, así como el establecimiento de las condiciones básicas de sus contratos, incluyendo su retribución.
  - xxiv. La aprobación, a propuesta de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, de la información financiera que debe publicar la Sociedad periódicamente.
  - xxv. La aprobación de la creación o adquisición de participaciones en entidades de propósito especial o domiciliadas en países o territorios que tengan la consideración de paraísos fiscales, así como cualquier transacción u operación de naturaleza análoga que, por su complejidad, pudiera menoscabar la transparencia del Grupo.
  - xxvi. La autorización o dispensa de las obligaciones derivadas del deber de lealtad conforme al régimen de imperatividad y dispensa establecido por la Ley.
  - xxvii. La creación, organización y supervisión de un canal interno de denuncias.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

- xxviii. Cualquier otro asunto que el Reglamento del Consejo de Administración reserve al conocimiento del órgano en pleno.
4. Cuando concurren circunstancias de urgencia, debidamente justificadas, se podrán adoptar las decisiones correspondientes a los asuntos incluidos en los apartados i, xii, xv, xvi, xviii a), xviii b), xviii c), xviii d), xviii e), xviii f), xix, xxii, xxv y xxiv anteriores, por la Comisión Ejecutiva o el Consejero Delegado, que deberán ser ratificadas en el primer Consejo de Administración que se celebre tras la adopción de la decisión.
5. El Consejo de Administración deberá realizar una evaluación anual de su funcionamiento y el de sus Comisiones, y proponer sobre la base del resultado de la evaluación, un plan de acción que corrija las deficiencias detectadas. El resultado de la evaluación se consignará en el acta de la sesión o se incorporará a ésta como anejo.

Las facultades inherentes al Consejo de Administración, salvo aquéllas legal o estatutariamente indelegables, las ostenta la Comisión Ejecutiva y el Consejero Delegado Solidario, D. Paolo Vasile.

En cuanto al Reglamento Interno de Conducta (RIC) de Mediaset España Comunicación S.A. y su Grupo de Sociedades en su actuación en los Mercados de Valores, es el apartado 13 el que establece las normas aplicables en relación con las operaciones de autocartera, disponiendo al efecto cuanto sigue:

Artículo 13.- Normas en relación con las operaciones de autocartera:

1. A efectos de este *Reglamento* se considerarán operaciones de autocartera aquellas que realice la Sociedad, ya sea de forma directa o a través de cualquiera de las sociedades del Grupo, que tengan por objeto Valores Afectados.
2. Las operaciones de autocartera del Grupo no se realizarán en ningún caso sobre la base de Información Privilegiada y tendrán siempre una finalidad legítima, tal como facilitar a los inversores la liquidez adecuada en la negociación de las acciones de la Sociedad, ejecutar programas de recompra de acciones propias o de estabilización aprobados de acuerdo con la normativa vigente, cumplir compromisos legítimos previamente contraídos o cualesquiera otros fines admisibles conforme a la normativa aplicable y los criterios publicados al efecto por la CNMV.

En ningún caso las operaciones de autocartera tendrán como finalidad influir en el libre proceso de formación de los precios de las acciones de la Sociedad, mediante la generación de señales engañosas relativas a su volumen de contratación o liquidez.

3. La gestión de la autocartera se llevará a efecto con total transparencia en las relaciones con los supervisores y los organismos rectores de los mercados. Las operaciones de autocartera serán notificadas a las CNMV en los supuestos, plazos y con los requisitos previstos legalmente.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

4. El Director Financiero del Grupo Mediaset, como Responsable de la Gestión de la Autocartera, que deberá ser estanca, deberá:
- a) Informar a la Dirección de Cumplimiento Normativo (en adelante DCN) con la máxima antelación posible y, al menos, con 24 horas, de cualquier operación de autocartera que se pretenda llevar a cabo;
  - b) Mantener puntual y regularmente informada a la DCN, o a petición de esta, sobre todas las operaciones de autocartera realizadas, manteniendo un archivo actualizado de todas las operaciones de autocartera;
  - c) Informar regularmente a la Comisión de Auditoría de los riesgos asumidos en las operaciones autocartera concertadas;
  - d) Vigilar la evolución en los mercados de las acciones de la Sociedad.

### **Acuerdos significativos que dependan del cambio de control de la Sociedad dominante.**

No existe ningún acuerdo significativo que esté sujeto al cambio de control de la Sociedad dominante.

### **Acuerdos de la Sociedad dominante con sus cargos de administración y dirección que prevean indemnizaciones especiales.**

1- Consejero Ejecutivo:

Régimen indemnizatorio:

- a) Extinción por baja voluntaria: devengo por año: salario fijo año más el importe correspondiente al bonus año/13,5 siendo la compensación total la suma de los años de trabajo.
- b) Despido procedente o improcedente: indemnización legal más indemnización mencionada en el punto a) anterior.

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:

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.

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

Informe de gestión Consolidado del ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2017  
(En miles de euros)

---

### 3.- Director General

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.

### 4.-Director División:

Extinción del contrato a instancia de la empresa (salvo despido procedente):  
Indemnización consistente en una anualidad de la retribución bruta de carácter fijo más la indemnización legal que corresponda.

### 5.- Director de División:

Extinción del contrato por causa imputable a la empresa o bien suspensión, modificación o limitación por parte de la empresa de sus funciones percibirá la mayor indemnización de las siguientes opciones:

- A) Indemnización que parte de 1.020.000 €, decreciendo mensualmente en 34.000 €, durante los 30 meses siguientes a la firma (30/01/2006) hasta quedar a 0.
- B) Indemnización igual a 12 meses de salario vigente.

### 6.- Director Dirección.

Fecha de inicio del contrato 10 de octubre de 2009.

- A) Del 7º al 9º año: seis mensualidades salario fijo (indemnización legal excluida).
- B) A partir del 10º año: indemnización legal.

### 7.- Director Dirección.

En caso de extinción del contrato a instancia de la empresa, y salvo en el supuesto de despido declarado procedente: indemnización de ciento veinte mil euros brutos (120.000,00 €), incluida la indemnización legal. A partir del momento en que la indemnización legal fuera superior a la pactada, se tendrá derecho exclusivamente a la indemnización legal que correspondiera.

### 8.- Director Área

Durante los 3 primeros años: 12 mensualidades del salario fijo (indemnización legal incluida)  
- A partir del 4º año y siguientes: 6 mensualidades.

# MEDIASET *españa.*



## INFORME ANUAL CORPORATIVO 2017



Estado de Información no Financiera 2017



# INFORME

ANUAL  
CORPORATIVO 2017

MEDIASET *españa.*





# ÍNDICE

MEDIASET *españa.*



# V

## PRESENTACIÓN

Carta del Presidente	VI
Carta del Consejero Delegado	VIII
Contexto del Negocio	3
Principales indicadores de desempeño	8

# 9

## MODELO DE GOBIERNO

Estructura de la propiedad	10
Sistema de Gobierno Corporativo	16
Sistema de Gestión de Riesgos	25
Protección de Datos	42
Ciberseguridad	44
Gestión de la Cadena de Proveedores	46
Gestión de los Contenidos	52
Gestión de la Comunicación Corporativa	62
Gestión de la Publicidad	65
Gestión del Equipo Humano	68
Gestión de la relación con Accionistas e inversores	75
Relación con los Grupos de Interés	76
Participación en el Desarrollo de Políticas Públicas	78
Participación en Iniciativas de RC	79

# 80

## MODELO DE NEGOCIO

Estrategia	81
Modelo de Negocio	84
Factores clave de éxito y diferenciación	85
Otros indicadores de desempeño	86
Negocio Audiovisual	89
Negocio Publicitario	124
Equipo Humano	129
Valor para los Accionistas e inversores	144
Desempeño Económico-Financiero	150
Transparencia Fiscal	151
Cash Flow Social	155
Valor para la Sociedad	156
Cumplimiento del Pacto Mundial	160
Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible	161
Desempeño Ambiental	163

# 172

## ACERCA DE ESTE INFORME

Alcance	173
Estándares	173
Proceso de elaboración del informe	173
Análisis de Materialidad	174
Diálogo	178
Verificación Externa	178
Tabla de indicadores GRI	180
Glosario	190
Directorio	192

### Cómo navegar por este informe

ir al índice	pág. anterior	pág. siguiente	imprimir	buscar	enviar

#### Acceso directo al capítulo



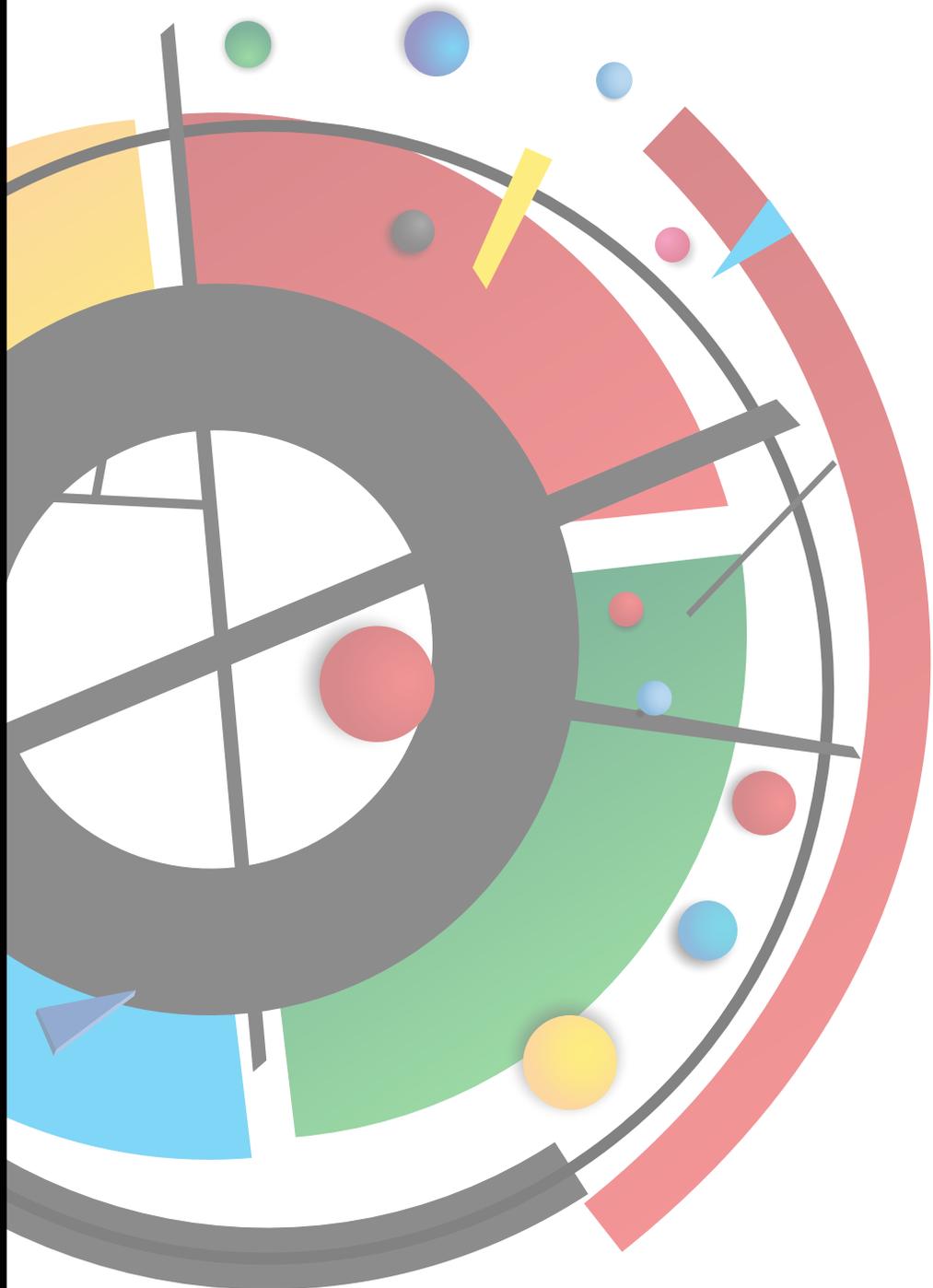
### Más información



Acceda a información complementaria que puede ser de su interés

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





# PRESENTACIÓN



MEDIASET *españa.*



# CARTA DEL PRESIDENTE



## Alejandro Echevarría Presidente

Estimados accionistas:

Constituye un verdadero orgullo presentarles los resultados del ejercicio 2017, un año en el que, de nuevo, Mediaset España ha conservado su liderazgo entre las compañías de televisión españolas bajo todos los puntos de vista, ya sea en audiencia televisiva, cuota e ingresos publicitarios, márgenes operativos, rentabilidad, etc.

La evolución económica del país durante este periodo ha sido positiva, con especial referencia a la recuperación del consumo y del empleo; contexto en el cual la publicidad televisiva continúa mejorando, revelándose como el principal medio de comunicación comercial.

En este contexto, el comportamiento de Mediaset España ha sido excelente, como así lo acredita un somero repaso de sus principales magnitudes económicas: un beneficio neto de 197,5 M€; con un incremento del 15,5% respecto a 2016; un EBITDA de 262,2M€, que supone un margen de 26,3% sobre los ingresos netos totales, y una mejora del 8,8% con respecto a 2016; y un EBIT de 245,3M€, un 9,3% más que en 2016 y un margen del 24,6%.

Nuestra evolución bursátil se ha visto afectada perjudicialmente por diversas oscilaciones de origen exógeno, tanto a nivel internacional, como por problemas domésticos, relacionados éstos con la inestabilidad política y económica provocada por las elecciones autonómicas catalanas. Aun así, el beneficio por acción ha sido de 0,60€, un 17,6% más elevado que el obtenido en 2016 (0,51€).

Respecto al ámbito puramente televisivo, Mediaset España ha concluido 2017 como el grupo líder de audiencia en televisión por séptimo año consecutivo, además de ser la referencia absoluta en consumo audiovisual online e impacto social. La audiencia televisiva media obtenida por nuestros canales ha sido del 28'7% de share.

**RESPECTO AL ÁMBITO PURAMENTE TELEVISIVO, MEDIASET ESPAÑA HA CONCLUIDO 2017 COMO EL GRUPO LÍDER DE AUDIENCIA EN TELEVISIÓN POR SÉPTIMO AÑO CONSECUTIVO.**

## LA TELEVISIÓN EN ABIERTO SIGUE SIENDO EL PRINCIPAL MOTOR DEL MERCADO AUDIOVISUAL, CON UNA PENETRACIÓN DEL 99% EN LA SOCIEDAD, DANDO LUGAR A UN CONSUMO MEDIO POR HABITANTE DE 225 MINUTOS DIARIOS DE TELEVISIÓN.

En fin, en un contexto en el que se oyen cada vez más voces alarmistas sobre el cambio en los hábitos de consumo audiovisual y del trasvase de los presupuestos de inversión publicitaria a otros medios emergentes, la televisión en abierto sigue disfrutando de una vitalidad envidiable.

Es indudable que la sociedad cambia, y cambian, por tanto, las ofertas de contenidos, apareciendo nuevos competidores, distintos, pero nuevos. Pero también lo es, sin duda, que la televisión en abierto sigue siendo el principal motor del mercado audiovisual, con una penetración del 99% en la sociedad, dando lugar a un consumo medio por habitante de 225 minutos diarios de televisión, siendo el pilar fundamental de la producción audiovisual española, pues más dos tercios de la producción española de obras europeas es financiada por los operadores de televisión en abierto. Con ello, resulta imposible desconocer que, durante los últimos años, la mayoría de largometrajes de éxito en España han sido impulsados, financiados y producidos por operadores de televisión, destacando entre ellos Mediaset España.

Un año más, hemos renovado nuestro compromiso adquirido con el Pacto Mundial de Naciones Unidas junto a sus Diez Principios y hemos ido avanzando en la Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible dando apoyo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como así se refleja a lo largo de nuestro Informe del ejercicio 2017, que tengo el placer de presentarles. Un Informe que recoge de forma integrada, la información económico-financiera, de buen gobierno y ética, social y ambiental, así como el impacto de nuestra actividad sobre la sociedad, el mapa de los principales riesgos y el análisis de los asuntos relevantes para nuestros grupos de interés; información financiera y no financiera desde una perspectiva de largo plazo que muestra a nuestros grupos de interés, todos los componentes de la creación de valor empresarial y la forma en la que éste puede verse afectado por los riesgos y oportunidades futuras.

El 2017 ha sido un año de impulso de la diversidad dentro de los órganos de gobierno de Mediaset España. Tras los últimos nombramientos aprobados en el Consejo de Administración el porcentaje de consejeras ha pasado de un 7,70% a un 23% cerca del objetivo establecido por las recomendaciones de gobierno corporativo, aumentando también de forma significativa en las comisiones de gobierno de la sociedad.

No quiero dejar pasar la oportunidad de mostrar todo nuestro agradecimiento a los telespectadores que día tras día disfrutan de nuestros contenidos, a los anunciantes que eligen nuestros canales como vehículo de su comunicación comercial, a los accionistas que nos confían sus expectativas, y a nuestros trabajadores, que son nuestros compañeros de viaje. Con todos ellos quiero compartir el ánimo que imprime la consecución de los resultados que aquí presentamos.

# CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO



## Paolo Vasile Consejero Delegado

Supone un verdadero orgullo poder comenzar esta misiva de la misma forma que lo hacía el año pasado, diciendo que Mediaset España ha revalidado en el ejercicio su liderazgo entre las compañías de televisión españolas en audiencia, cuota de mercado, ingresos publicitarios, márgenes operativos y rentabilidad, logrando sus mejores resultados operativos anuales desde 2008. Pocas novedades en este sentido, pero qué envidiable y satisfactoria rutina!

Efectivamente, el gran potencial comercial de la compañía, líder en inversión publicitaria desde 2004, junto con la eficaz gestión de sus recursos, han llevado a Mediaset España a incrementar su beneficio neto en un 15,5% respecto a 2016, hasta alcanzar los 197,5M€.

Mediaset España ha liderado la inversión publicitaria en televisión, con una cuota de mercado del 43,3%, incrementando sus ingresos publicitarios brutos en medios propios hasta los 946,4M€; circunstancia que, en unión del ahorro generado en los costes operativos, ha permitido a Mediaset España conseguir un EBITDA de 262,2M€ (+8,8% respecto a 2016), con un margen sobre ingresos totales del 26,3%; y un EBIT de 245,3M€ (+9,3% respecto a 2016), con un margen sobre ingresos totales del 24,6%. Todo ello, con una posición financiera neta realmente subrayable: 135,3M€ tras remunerar a nuestros accionistas con un total de 275,7M€ (100M€ en recompra de acciones propias durante el año y 175,7M€ en dividendo).

También desde un punto de vista puramente televisivo renovamos nuestro liderazgo, ya por séptimo año consecutivo: la familia de canales de Mediaset España ha alcanzado un 28,7% de audiencia acumulada y ha sido también la primera opción, tanto en el target comercial (30,4%), como en prime time (28,5%); además de ser la referencia en jóvenes de 13 a 24 años (35,1%) también por séptimo año.

En este contexto, Telecinco (13,3%) sigue siendo, por sexto año consecutivo, la cadena más vista, siendo, asimismo, la primera opción en target comercial (12,5%) y en “prime time” (13,5%). Y, por su parte, Cuatro (6,2%), es la tercera cadena nacional privada en target comercial (7,2%), consolidando su fortaleza entre el público millennial (7,4%).

Nuestros buques insignia, junto con el resto de nuestros canales (Factoría de Ficción 3,1%, Divinity 2,2%, Energy 2%, Boing 1,3%, y Be Mad 0,6%), conforman la oferta televisiva más completa e integrada de nuestro país.

En el ámbito cinematográfico, Mediaset España viene dando buena muestra de cómo convertir los riesgos en oportunidades, pues no sólo da cumplida respuesta a la obligación legal de financiación de cine español, sino que, ya por cuarto año consecutivo, Telecinco Cinema se ha erigido en líder de la producción de cine español, obteniendo una cuota de mercado de casi el 48% y 8 millones de espectadores con el estreno de las cuatro películas más taquilleras y vistas del año 2017: “Tadeo Jones 2”, “Perfectos Desconocidos”, “Es por tu bien” y “El secreto de Marrowbone”.

**MEDIASET ESPAÑA  
HA LIDERADO  
LA INVERSIÓN  
PUBLICITARIA  
EN TELEVISIÓN,  
CON UNA CUOTA  
DE MERCADO  
DEL 43,3%,  
INCREMENTANDO  
SUS INGRESOS  
PUBLICITARIOS  
BRUTOS EN  
MEDIOS PROPIOS  
HASTA LOS  
946,4M€.**

En el ámbito digital, Mediaset España se ha situado un ejercicio más a la cabeza del consumo de vídeo por Internet, sumando a las principales cabeceras de sus canales (Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es) y a sus plataformas de contenidos en directo y a la carta (Mitele.es y Mtmad.es), nuevos desarrollos, como son GeneraciónPro.es (web dirigida al deporte base) y Yasss.es (especialmente destinada a la generación Z y los millennials).

Y por lo que respecta a las redes sociales, Mediaset España obtiene cifras que la alzan al liderazgo audiovisual, con 36,5 millones de comentarios en redes sociales, el 48,4% del total de los realizados sobre televisión, y cuenta con 40,3 millones de seguidores en sus 180 cuentas activas.

Otro de los terrenos en los que hemos avanzado novedosa y significativamente, es el de la comercialización de nuestros contenidos para plataformas que normalmente ofrecen sus contenidos en vídeo a la carta (VOD), normalmente OTT.

En este sentido, Mediaset España ha firmado acuerdos de contenidos con las principales plataformas de SVOD como Netflix, Amazon Prime Vídeo y HBO; ha cerrado alianzas para plataformas en Latinoamérica, México y USA de la mano de Amazon Prime Vídeo y Flow, y ha renovado nuevos acuerdos con Claro y Blim, plataforma SVOD del grupo Televisa. En el territorio latinoamericano, DirecTV ha seguido apostando por los contenidos de Mediaset España a través de su plataforma de televisión de pago OnDirecTV, al igual que el canal de pago Europa, del grupo AMC.

Estas iniciativas relacionadas con el ámbito digital a las que me acabo de referir, son la demostración del esfuerzo por la adaptación y diversificación que está abordando Mediaset España, de que el movimiento se demuestra andando y de que, en verdad, la única forma de no verse sorprendido y superado por el cambio, es formar parte del mismo.

Es innegable que han surgido nuevas ofertas de contenido audiovisual, particularmente las provenientes de las plataformas OTT. No se trata, como se suele especular, de nuevos competidores de la televisión tradicional; que, todo sea dicho, goza de una excelente salud, como lo acreditan los datos de consumo televisivo medio diario (225 minutos), y el hecho de que los anunciantes sigan considerando la televisión generalista como el principal soporte de sus campañas publicitarias. Estas plataformas constituyen nuevos actores en el ámbito audiovisual, nuevos compañeros de viaje con los que resulta preciso y conveniente convivir, estableciendo lazos de colaboración que puedan resultar recíprocamente provechosos. Así lo está haciendo Mediaset España.

En fin, resulta complicado glosar en unas pocas líneas todo un año de duro trabajo. Sin embargo, espero haber podido transmitir las principales claves del éxito de esta maravillosa realidad que se llama Mediaset España.

OTRO DE LOS TERRENOS EN LOS QUE HEMOS AVANZADO NOVEDOSA Y SIGNIFICATIVAMENTE, ES EL DE LA COMERCIALIZACIÓN DE NUESTROS CONTENIDOS PARA PLATAFORMAS QUE NORMALMENTE OFRECEN SUS CONTENIDOS EN VÍDEO A LA CARTA (VOD), NORMALMENTE OTT.

**Mediaset España, cotizada desde el año 2004 y perteneciente al IBEX 35, cuenta con la familia de canales líder de audiencia en España con una firme apuesta por la producción propia, situándose como uno de los principales creadores y productores de contenidos de España.**

Cadena más vista en España por sexto año consecutivo, acumula 18 años de liderazgo entre los canales comerciales, con una oferta de actualidad y entretenimiento, siempre cercana y atenta a los gustos de la audiencia generalista.

Tercera cadena temática más vista y líder entre los canales femeninos. Basada en una estrategia de expansión 360°, ha incrementado y fortalecido su oferta de producción propia, articulando sus contenidos a través de sellos temáticos diferenciados, estrenos de ficción y factuales y la creación de eventos especiales de programación.



Tercera cadena nacional privada en el target comercial, cuenta con una variada oferta de entretenimiento que profundiza en todos los géneros, desde la comedia al dating show, docu-realities, aventura, actualidad, reportajes e investigación.

Canal que apuesta por la ficción internacional dirigida a la audiencia masculina, con series de acción, ciencia ficción y de terror, entre otras, que junto a diferentes títulos de cine de acción integran su oferta.



MARCAS  
MEDIASET  
ESPAÑA



Primer canal de divulgación en abierto en HD dirigido a una audiencia urbana y comercial con edades comprendidas entre los 16 y los 44 años. La producción propia, los factuales y los docu-realities son sus sellos distintivos.



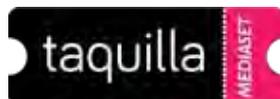
Canal infantil líder de la televisión comercial por quinto año consecutivo, une a los niños y a sus familias frente a la pantalla, con el estreno exclusivo de series reconocidas por su originalidad y su apuesta por los contenidos de producción propia, capaces de generar un feedback positivo en el entorno digital.

Canal temático líder por sexto año consecutivo con una consolidada oferta de programación, integrada por emblemáticas comedias nacionales, exitosas ficciones americanas y espacios de humor.



Nace del compromiso de Mediaset España de trasladar sus programas y series de mayor éxito a la comunidad hispanohablante del continente americano. CincoMAS está presente en el continente americano a través de los principales operadores de cable, satélite y OTT, acercando una amplia oferta de contenidos de televisión, que incluye las series y miniseries más exitosas de Telecinco, programas, factuales, magazines diarios e, incluso, Informativos Telecinco.

Site destinado a la venta online de entradas para eventos culturales y de entretenimiento.



Web donde se encuentran disponibles para su compra todos los productos oficiales licenciados de Mediaset España.



MARCAS  
MEDIASET  
ESPAÑA



Plataforma de contenidos de televisión en directo y a la carta líder en España, ofrece contenido bajo demanda de los programas, series, documentales, películas y eventos deportivos de Mediaset España, así como la emisión en directo de todos sus canales, además de eventos exclusivos. Con un diseño responsive adaptado para PC's, dispositivos móviles, aplicaciones y Smart TV, con la última tecnología multibránde, que garantiza la calidad del contenido a través de la adaptación de la imagen al ancho de banda de cada usuario, Mitele permite personalizar la lista de contenidos, el uso del control parental y el acceso desde diferentes dispositivos.

Plataforma online de vídeos exclusivos con más de 80 canales diferentes en la que los nuevos talentos digitales pueden expresarse a través de sus propios códigos y lenguajes. Todos los formatos están diseñados y producidos para el entorno digital, en el que la compañía está desarrollando y explorando nuevas fórmulas experimentales de producción propia online.

Marca que integra la oferta radiofónica online de Mediaset España, con la que la compañía refuerza su estrategia multimedia. Permite escuchar y ver en directo en streaming cada edición de su oferta de programas o seguirla a la carta, ya sea online o a través de descarga, cuando y en el soporte que el oyente desee.



Portal de información meteorológica de Mediaset España, ofrece también diferentes contenidos y curiosidades que conectan El Tiempo con otros ámbitos como el deporte, la salud o el ocio.



Nueva web de entretenimiento e información destinada a los jóvenes nacidos en el S.XXI, acostumbrados a que sus fuentes de información y entretenimiento sean, casi en exclusiva, medios de comunicación digitales, redes sociales y comunidades en línea.



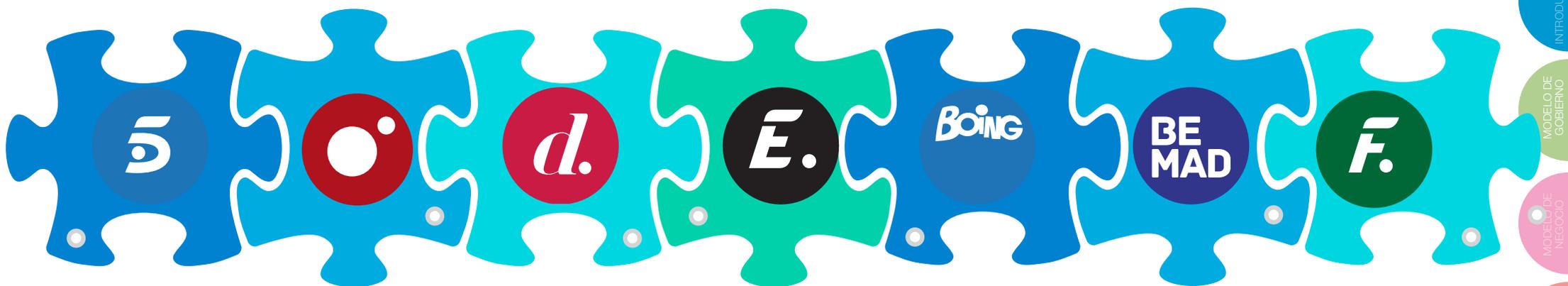
## CONTEXTO DEL NEGOCIO

El contexto actual de negocio presenta un escenario de creciente competencia, progresiva fragmentación de la audiencia y diversificación hacia nuevas formas de consumo de contenidos audiovisuales.

Datos recientes demuestran que no ha habido un descenso en el consumo de contenidos audiovisuales, si bien se está experimentando un **cambio en los hábitos de consumo**, pues lo que antes era un consumo/hogar, en torno a la televisión tradicional, ha empezado a girar hacia el consumo/individuo, gracias a la proliferación de segundas pantallas, redes sociales y móviles inteligentes.

Por otra parte, la irrupción de **plataformas de contenidos online** en España en los últimos años explica en buena medida, la tendencia incremental de consumo de contenidos por internet. En consecuencia, el segmento de publicidad en internet ha experimentado un crecimiento.

La creciente implantación de las plataformas de contenidos online y de los servicios de contenido a la carta son tendencias que han motivado, entre otras, el proceso de **revisión de la normativa sobre comunicación audiovisual** (Directiva 2010/13/UE de servicios de comunicación audiovisual), si bien a fecha de cierre de ejercicio dicha revisión no ha concluido.



Entre los objetivos de la reforma, inicialmente, destacan los siguientes:

- El acercamiento de las obligaciones de los operadores de servicios no lineales a las de los operadores de servicios lineales, en materia de protección de menores y cuota europea
- Mayor flexibilidad de la regulación publicitaria.

Por otra parte, en el marco de la Estrategia del Mercado Único Digital, la Comisión Europea ha lanzado algunas iniciativas legislativas en materia de **derechos de propiedad intelectual**, encontrándose en tramitación aún al finalizar 2017. Asimismo, la Comisión prevé trabajar con expertos de los Estados Miembros y jueces nacionales para mejorar las guías existentes en materia de respeto a los derechos de propiedad intelectual, si bien a fecha de cierre de ejercicio no hay un calendario establecido.

En otro orden, en 2017 fue aprobada la normativa comunitaria relativa a la **portabilidad transfronteriza de los servicios de contenidos en línea** en el mercado interior (Reglamento 2017/1128 del Parlamento Europeo y del Consejo). Este Reglamento, directamente aplicable en los Estados Miembros a partir del 20 de marzo de 2018, obliga a garantizar la portabilidad de los servicios de contenido en línea, con el fin de garantizar que los abonados puedan acceder a dicho servicio cuando se encuentren presentes temporalmente en otro Estado Miembro. No obstante, la repercusión de este Reglamento para Mediaset España será nula o residual, dado el tipo de servicios que ofrece la compañía actualmente.





TODAS LAS WEBS DE MEDIASET ESPAÑA HAN ESTRENADO DISEÑO Y ARQUITECTURA RESPONSIVE EN 2017, LO QUE LAS CONVIERTE EN MÁS NAVEGABLES Y ACCESIBLES DESDE CUALQUIER DISPOSITIVO.

## Mediaset España está preparada

El consumo de contenidos audiovisuales en dispositivos conectados a internet permite a la audiencia tener más opciones y flexibilidad para ver contenidos en cualquier lugar. Esta es una oportunidad del sector media para llegar de manera directa a los espectadores y cada día adquiere más relevancia ser capaces de producir contenidos de interés para los espectadores.

En este sentido, el modelo de negocio de Mediaset España está basado en la **producción propia de contenidos**; la compañía lleva desde principios del 2000 produciendo internamente la gran mayoría de los contenidos que emite, disponiendo así de una dilatada experiencia en la producción, así como de una enorme y variada librería de contenidos audiovisuales.

La apuesta de algunos nuevos actores por la digitalización de los contenidos, ya sea por su distribución a través de internet como por la mayor producción de contenidos exclusivos digitales, ha hecho que Mediaset España continúe el proceso iniciado hace 3 años de mejora de sus plataformas digitales y puesta a disposición de sus espectadores de contenidos propios con la mejor experiencia para el usuario.

El actual escenario digital supone una mejoría en el acceso a los contenidos gracias a un incremento consecuente en los niveles de creatividad y experimentación, que viene acompañado también de la multiplicación de la oferta y una targetización de la misma.

El **desarrollo de Mitele**, que en 2017 ha incorporado nuevos canales de Mediaset España a su emisión en directo; el **nacimiento de MTMAD**, junto a la sinergia de contenidos con BeMad; la creación de **nuevas plataformas de contenidos** tales como **Generación Pro**, primera web de un medio de comunicación en España dedicada a contenidos y valores del deporte base, inclusivo y minoritario y Yasss, nueva web independiente destinada a la conocida como 'Generación Z', es decir, jóvenes nacidos en el s. XXI que no conocen la vida sin internet, suponen una mejora en la distribución y accesos creados por la compañía, que desarrolla su entorno on-line en paralelo con el consumo tradicional de televisión, y le permite afrontar con éxito las oportunidades derivadas de los cambios en los hábitos de consumo de contenidos audiovisuales, atendiendo a la creciente demanda por los contenidos nativos digitales y las nuevas fórmulas de entretenimiento en internet.

## Respuesta de Mediaset España ante los retos del entorno

- **Diferenciación e identificación clara del modelo de oferta de la televisión** convencional frente a los modelos digitales: el valor del directo, el valor de la participación y de la comunicación con el espectador, la identificación con el contenido, la importancia de la simultaneidad.
- **Ampliación de la producción propia.**
- **Ampliación y diversificación de los soportes de difusión** de los contenidos generados por Mediaset España.
- Desarrollo y ampliación de **áreas vinculadas con el negocio digital.**
- **Desarrollos tecnológicos** que permiten una optimización del consumo de los contenidos digitales.
- **Campañas de comunicación** (en la televisión generalista y en las plataformas digitales de la empresa) para trasladar a los usuarios "100% digitales" donde pueden consumir los contenidos generados por el Grupo.
- **Maximización de las sinergias** entre la televisión convencional (lineal) y las plataformas digitales.
- **Priorización del desarrollo de los contenidos** dentro de los soportes creados y desarrollados por Mediaset España, creando comunidad dentro de éstos.
- Creación y puesta en valor de un **entorno seguro y controlado de consumo.**

MEDIASET ESPAÑA ESTÁ PREPARADA TÉCNICA Y EDITORIALMENTE PARA AFRONTAR EL RETO DE EMITIR SUS CONTENIDOS EN LOS NUEVOS DISPOSITIVOS Y CON LA MEJOR EXPERIENCIA PARA EL USUARIO.

BeMad introduce de forma pionera en la televisión en abierto, la experiencia “binge-whatching”, la emisión non-stop de especiales de programación monográficos que cruzan y asocian formatos nativos de Mtmad con programas de televisión de temáticas vinculadas. Una estrategia cuyo objetivo es la optimización de los resultados de audiencia, innovación en la programación y elevar la rentabilidad de los productos emitidos, marcando un hito nunca antes llevado a estos límites por ninguna otra televisión en abierto a nivel nacional, con el que el canal más transversal de Mediaset España pretende seguir acompañando al espectador más inquieto en su búsqueda de nuevas formas de disfrutar del ocio audiovisual.

**Garantizar la máxima visibilidad a las marcas y mejorar sustancialmente la experiencia de navegación al usuario** desde cualquier dispositivo ha sido uno de los objetivos de Mediaset España en 2017 con el rediseño de los principales sites que integran su oferta online. Una estrategia basada en una oferta de contenidos de alto interés y elevado poder de atracción sobre el usuario, convirtiendo a su público en fan y fiel seguidor que busca de forma proactiva la información y el contenido. Todo ello puesto a disposición del usuario con un **diseño responsive**, que le permite una navegación mucho más accesible desde todos los dispositivos por los sites de todos los canales de Mediaset España.

Con el estreno de su nuevo diseño, los sites ofrecen una experiencia de navegación homogénea en todos los dispositivos, algo especialmente reseñable dado que tres de cuatro usuarios acceden al contenido online a través de móvil o tablet. Con una cabecera común que permite acceder directamente a todo el universo online de Mediaset España desde cualquier site o contenido del grupo, las webs incorporan novedades técnicas de última generación que proporcionan un acceso a los contenidos óptimo, progresivo y casi infinito en un entorno más seguro.

Las webs de Mediaset España se adaptan así a las nuevas formas de consumo digital incorporando un nuevo menú desplegable y la opción de ‘infinite scroll’, que potencia la navegación vertical, especialmente diseñada para dispositivos móviles. Además, integra una nueva ‘guía

TV’ que permite el acceso a toda la programación de los diferentes canales de la compañía y de forma inmediata a las emisiones online en directo, e incorpora un sistema de alertas de programación integradas que permite a los usuarios el acceso directo a las noticias sobre televisión.

Mediaset España no solo afronta el desafío digital a través de sus propias plataformas de divulgación de contenidos, sino que también ha establecido **alianzas y acuerdos para la producción y distribución de algunas de sus series** con los principales “nuevos operadores”, nuevas plataformas de pago de distribución de contenidos de mayor éxito en el mercado, abriendo un nuevo escaparate para la difusión de los contenidos propios del Grupo.

En este entorno digital ha crecido de forma significativa, a lo largo de todo el año, un acontecimiento que obliga a extremar la vigilancia de la compañía a la hora de gestionar los contenidos a emitir: la fuerte irrupción de las denominadas “fake news”. Existe el peligro de ser manipulados e influenciados a través de las redes sociales, por contenidos que determinados grupos fabrican para influir de una determinada manera en la opinión o las decisiones. Los conocidos como “ejércitos digitales” crean noticias difíciles de contrastar; unos contenidos que pueden menoscabar la credibilidad de la compañía si fuesen recogidos por sus canales y resultasen contenidos falsos. Ello representa un desafío para Mediaset España, al que intenta dar respuesta mediante la aplicación de mecanismos para filtrar, contrastar e informar en el menor periodo de tiempo y sin descuidar el rigor informativo necesario. No obstante, los profesionales de la compañía son conscientes del reto que plantea la necesidad de definir nuevas fórmulas para el manejo diario de la información, que contemplen mecanismos que permitan hacer frente a esta nueva realidad.

Por otra parte, a través de su canal internacional CincoMas, tanto de forma directa como a través de alianzas con otros operadores del continente americano, Mediaset España afianza su apuesta de llevar sus programas y series de mayor éxito a la comunidad hispanohablante de la región, ampliando a nuevos mercados su oferta de contenidos propios.

LA NUEVA ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN QUE HAN INCORPORADO LAS WEBS DE LA COMPAÑÍA EN 2017 HA FAVORECIDO LA EXPERIENCIA DE USUARIO DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES Y HA PERMITIDO TAMBIÉN, MEJORAR LA PRESENCIA DE FORMATOS PUBLICITARIOS SIN PENALIZAR LA NAVEGACIÓN DEL USUARIO.

## EL CONTINUO INCREMENTO EN EL USO DE LAS REDES SOCIALES POR PARTE DEL PÚBLICO HA SUPUESTO UNA OPORTUNIDAD PARA LA COMPAÑÍA PARA TESTAR LOS GUSTOS DE LA AUDIENCIA Y VALORAR LA REPUTACIÓN Y ADECUACIÓN A LOS GUSTOS EN RELACIÓN A LOS CONTENIDOS EMITIDOS.

Ante el progresivo declive del SMS como vehículo de comunicación, y su consiguiente impacto en el negocio de la interactividad con la audiencia a través de los concursos y votaciones, Mediaset España ha ido integrando las oportunidades derivadas de la generalización del **e-commerce** y la popularización de la tecnología, incorporando en su estrategia las oportunidades de desarrollo de negocio vinculadas al ecosistema online. Entre otros, destaca el lanzamiento de la web Mas que coches renting, nuevo e-commerce vinculado al renting de vehículos para particulares; el fortalecimiento de alianzas con los promotores culturales más importantes del país a través de Taquilla Mediaset, promoviendo también alianzas con promotores y teatros pequeños para dar apoyo a propuestas más modestas, pero de gran calidad.

Por otra parte, el continuo incremento en el uso de las redes sociales por parte del público, como medio de valoración de los contenidos emitidos por Mediaset España y de difusión de sus múltiples marcas, ha supuesto una oportunidad para la compañía para testar los gustos de la audiencia y valorar la reputación de los mismos.

Paralelamente, los nuevos formatos de consumo de contenidos y formas de interactividad han llevado a una progresión en el conocimiento de los comportamientos de los usuarios, llamado **Big Data**. Mediaset España tiene la posibilidad de conocer, con los debidos mecanismos técnicos de análisis de datos y los debidos consentimientos de los usuarios, las necesidades y preferencia de éstos en cuanto a contenidos audiovisuales y a intenciones de compra de productos. Ello supone una oportunidad de elevado valor para la compañía, para captar nuevas fuentes de ingresos en el corto y medio plazo, oportunidades que Mediaset España está potenciando mediante la inversión en herramientas y equipos que faciliten los procesos de análisis de la información. El reto radica en permeabilizar en la organización la posibilidad de uso de estas herramientas, e identificar las ventajas y nuevas oportunidades de negocio que puede traer para el negocio principal de la televisión en abierto.

# PRINCIPALES INDICADORES DE DESEMPEÑO

RESULTADO DE  
EXPLOTACIÓN  
(MILLONES DE EUROS)

**245,3**

2016: 224,4  
2015: 205,2

BENEFICIO NETO<sup>1</sup>  
(MILLONES DE EUROS)

**197,5**

2016: 171  
2015: 166,17

INVERSIÓN EN  
PRODUCCIÓN AJENA  
(MILLONES DE EUROS)

**106,4**

2016: 125,3  
2015: 124,2

INVERSIÓN EN  
PRODUCCIÓN DE FICCIÓN  
(MILLONES DE EUROS)

**47,6**

2016: 35,4  
2015: 44,6

INVERSIÓN EN  
COPRODUCCIÓN  
(MILLONES DE EUROS)

**19,1**

2016: 16,2  
2015: 9,4

INVERSIÓN TÉCNICA  
(MILLONES DE EUROS)

**14,2**

2016: 14,6  
2015: 15,0

INGRESOS  
PUBLICITARIOS NETOS  
(MILLONES DE EUROS)

**932**

2016: 929  
2015: 902

RATIO DE EFICACIA  
PUBLICITARIA<sup>2</sup>

**151**

2016: 143  
2015: 140

CUOTA MEDIA DE  
PANTALLA

**28,7%**

2016: 30,2%  
2015: 31%

HORAS  
DE PROGRAMACIÓN<sup>3</sup>

**61.320**

2016: 58.804  
2015: 52.560

PLANTILLA MEDIA  
(NO. DE EMPLEADOS)

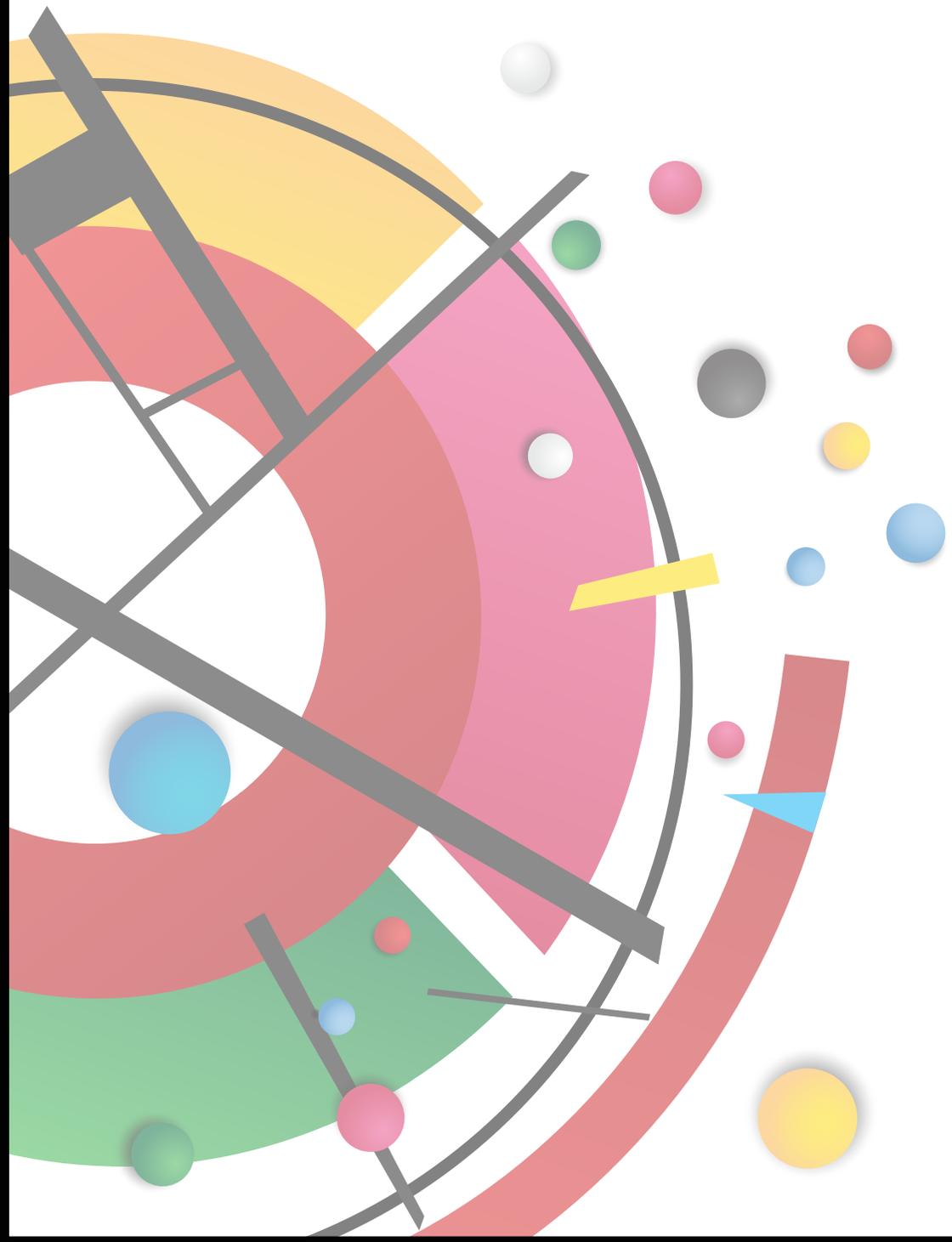
**1.280**

2016: 1.275  
2015: 1.266

1. Atribuible a los accionistas de la Sociedad dominante.

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

3. Abarca las horas de emisión de todos los canales de Mediaset España.



# MODELO

DE GOBIERNO

MEDIASET *españa.*



# ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD

MEDIASET ESPAÑA TIENE COMO OBJETO SOCIAL LA GESTIÓN INDIRECTA DEL SERVICIO PÚBLICO DE TELEVISIÓN.

## Estructura organizativa del grupo

El Grupo Mediaset España es un grupo de comunicación 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 televisivos, 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 España 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, Energy, Divinity y BEMAD, contando con las correspondientes licencias concedidas para prestar el servicio de comunicación audiovisual.

La compañía tiene su domicilio social en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4, 28049, Madrid y comenzó a cotizar en Bolsa el día 24 de junio de 2004, estando presente en la actualidad en las Bolsas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, pasando a formar parte del índice IBEX35 desde el 3 de enero de 2005.

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

dicha actividad, tales como la producción audiovisual, la promoción de la publicidad o la agencia de noticias.

Como sociedad dominante del Grupo, Mediaset España está obligada a elaborar, además de sus propias Cuentas Anuales, las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo.

Las sociedades consolidadas del Grupo son:

Sociedades consolidadas por integración global	País	2017	2016
Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.	España	100%	100%
Telecinco Cinema, S.A.U.	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%	75%
Publimedia Gestión, S.A.U. <sup>(1)</sup>	España	100%	100%
Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (antes Sogecable Media, S.L.U.)	España	100%	100%
Sogecable Editorial, S.L.U.	España	100%	100%
Premiere Megaplex, S.A.U.	España	-	100%
Integración Transmedia, S.A.U. <sup>(1)</sup>	España	-	100%
Netsonic, S.L. <sup>(1)</sup>	España	100%	69,86%
Concursos Multiplataformas, S.A.U.	España	100%	-
Sociedades integradas por el método de la participación			
Pegaso Televisión, Inc	EEUU	43,7%	43,7%
Producciones Mandarina, S.L.	España	30%	30%
La Fábrica de la Tele, S.L.	España	30%	30%
Furia de Titanes II, A.I.E. <sup>(3)</sup>	España	34%	34%
Megamedia Televisión, S.L. <sup>(2)</sup>	España	30%	30%
Supersport Televisión, S.L.	España	30%	30%
Emissions Digital de Catalunya, S.A.	España	-	34,66%
Aunia Publicidad Interactiva, S.L. <sup>(1)</sup>	España	50%	50%
Alea Media, S.A.	España	40%	-
Melodía Producciones, S.L.	España	40%	-
Adtech Ventures, S.p.A. <sup>(1)</sup>	Italia	50%	-

(1) La participación en estas Sociedades es a través de Publiespaña, S.A.U.

(2) La participación en esta Sociedad es a través de Conecta 5 Telecinco, S.A.U.

(3) La participación en esta A.I.E. es a través de Telecinco Cinema, S.A.U.

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.

### Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2017

- El 11 de enero de 2017 el Grupo ha constituido la sociedad Concursos Multiplataformas, S.A.U. de la que posee el 100% de su capital social.
- El 23 de marzo de 2017 el Grupo ha vendido el 100% de la participación de la sociedad Premiere Megaplex, S.A.U.
- El 5 de abril de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 40% de la sociedad Melodía Producciones, S.L.
- El 11 de julio de 2017 el Grupo ha adquirido una participación del 50% de la sociedad Adtech Ventures, S.p.A.
- El 2 de agosto el Grupo ha vendido el 34,66% que poseía de la sociedad Emissions Digitals de Catalunya.
- El 23 de octubre el Grupo ha adquirido a Mediaset Investment S.A.R.L. el 25 % que ésta poseía de la sociedad Mediacinco Cartera, S.LU., pasando así a poseer el 100% de la citada sociedad.
- El 13 de diciembre el Grupo ha adquirido el 30,14% que le restaba de Netsonic hasta completar el 100%.

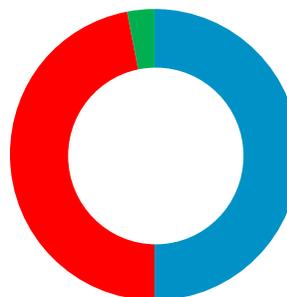
### Cambios en la estructura accionarial del Grupo Mediaset España en 2017

- Al amparo de la autorización del Consejo de Administración del 23 de febrero de 2017, y tras la autorización conferida por la Junta General Ordinaria de Accionistas celebrada el 13 de abril de 2016, la compañía lanzó un nuevo programa de recompra de acciones propias por un importe total de €100 millones.

- En el periodo 17 de mayo - 21 de agosto de 2017 la compañía adquirió un total de 9.282.275 acciones a un precio medio de €10,77, lo que conforma una inversión total de €100.000.000,61

A raíz de los movimientos expuestos, a 31 de diciembre de 2017, el capital social de Mediaset España queda repartido de la siguiente forma:

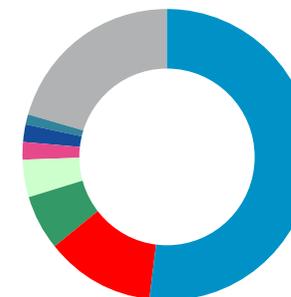
### Accionariado



- Mediaset SpA 50,208%
- Free float (flotante) 47,03%
- Autocartera 2,76%

Fuente: Thomson Reuters

### Accionariado por países



- Italia 51,9%
- Estados Unidos 12,2%
- Reino Unido 6,5%
- Francia 4,3%
- Alemania 2,0%
- Noruega 1,8%
- España 1,1%
- Resto del mundo 20,2%

Fuente: Thomson Reuters



## Sociedades dependientes

Las sociedades dependientes son aquellas sobre las que Mediaset España tiene capacidad para ejercer control efectivo. Dicha capacidad se manifiesta por la propiedad directa o indirecta de más del 50% de los derechos políticos de las entidades participadas.

### Participación directa a través de Mediaset España

#### **Publiespaña, S.A.U.**

Comercialización de la publicidad.

#### **Grupo Editorial Tele 5, S.A.U.**

Gestión y explotación de los derechos de autor.

#### **Telecinco Cinema, S.A.U.**

Producción cinematográfica.

#### **Conecta 5 Telecinco, S.A.U.**

Distribución de contenidos audiovisuales en Internet.

#### **Mediacinco Cartera, S.L.U.**

Holding inactiva.

#### **Advertisement 4 Adventure, S.L.U.**

Holding para proyectos de "media for equity".

#### **Sogecable Editorial, S.L.U.**

Gestión y explotación de los derechos de autor.

#### **Concursos Multiplataformas, S.A.U.-**

Juegos y concursos.

### Sociedades participadas por Publiespaña S.A.U.

**Publimedia Gestión, S.A.U.**  
Comercialización de la publicidad.

**Netsonic, S.L.**  
Publicidad de video online.

## Sociedades asociadas

A continuación se detallan las sociedades asociadas, entidades sobre las que Mediaset España tiene capacidad para ejercer una influencia significativa (lo que se presupone cuando la participación es, al menos, del 20%) sin tener control sobre las mismas.

## Sociedades participadas directamente por Mediaset España

**Pegaso Televisión Inc.-** Holding donde que canaliza la inversión en Caribevisión Network (canal de televisión de habla hispana que emite en la costa este de Estados Unidos y en Puerto Rico).

**Producciones Mandarin, S.L.-** Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales.

**La Fábrica de la Tele, S.L.-** Creación, desarrollo, producción y explotación comercial de contenidos audiovisuales.

**Supersport Televisión, S.L.-** Producción de programas deportivos.

**Alea Media, S.A.-** Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales.

**Melodía Producciones, S.L.-** Creación, adquisición y explotación de obras literarias, musicales, gráficas y audiovisuales.

## Sociedades participadas indirectamente, a través de Publiespaña S.A.U.

**Aunia Publicidad Interactiva, S.L.U.**  
Servicios de comunicación audiovisual.

**Adtech Ventures, S.p.A.**  
Comercialización, en Italia y en el extranjero, de publicidad.

## Sociedades participadas indirectamente, a través de Conecta 5 Telecinco S.A.U.

**Megamedia Televisión, S.L.**  
Creación, desarrollo, producción y explotación de contenidos audiovisuales multimedia.

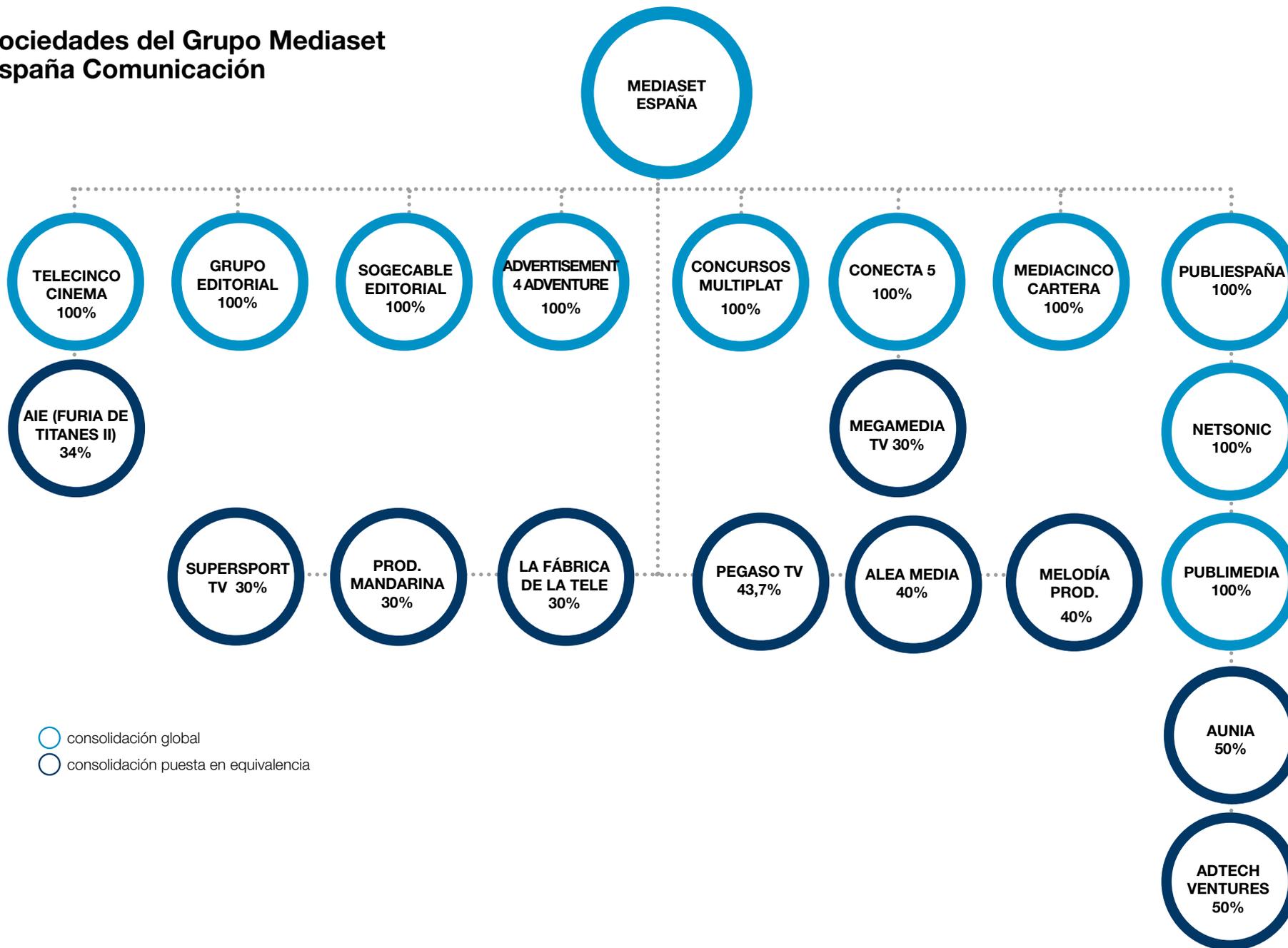
## Sociedades participadas indirectamente, a través de Telecinco Cinema S.A.U

**Furia de Titanes II, A.I.E.**  
Servicios de telecomunicación y participación en la creación, producción, distribución y explotación de obras audiovisuales, de ficción, animación o documentales.

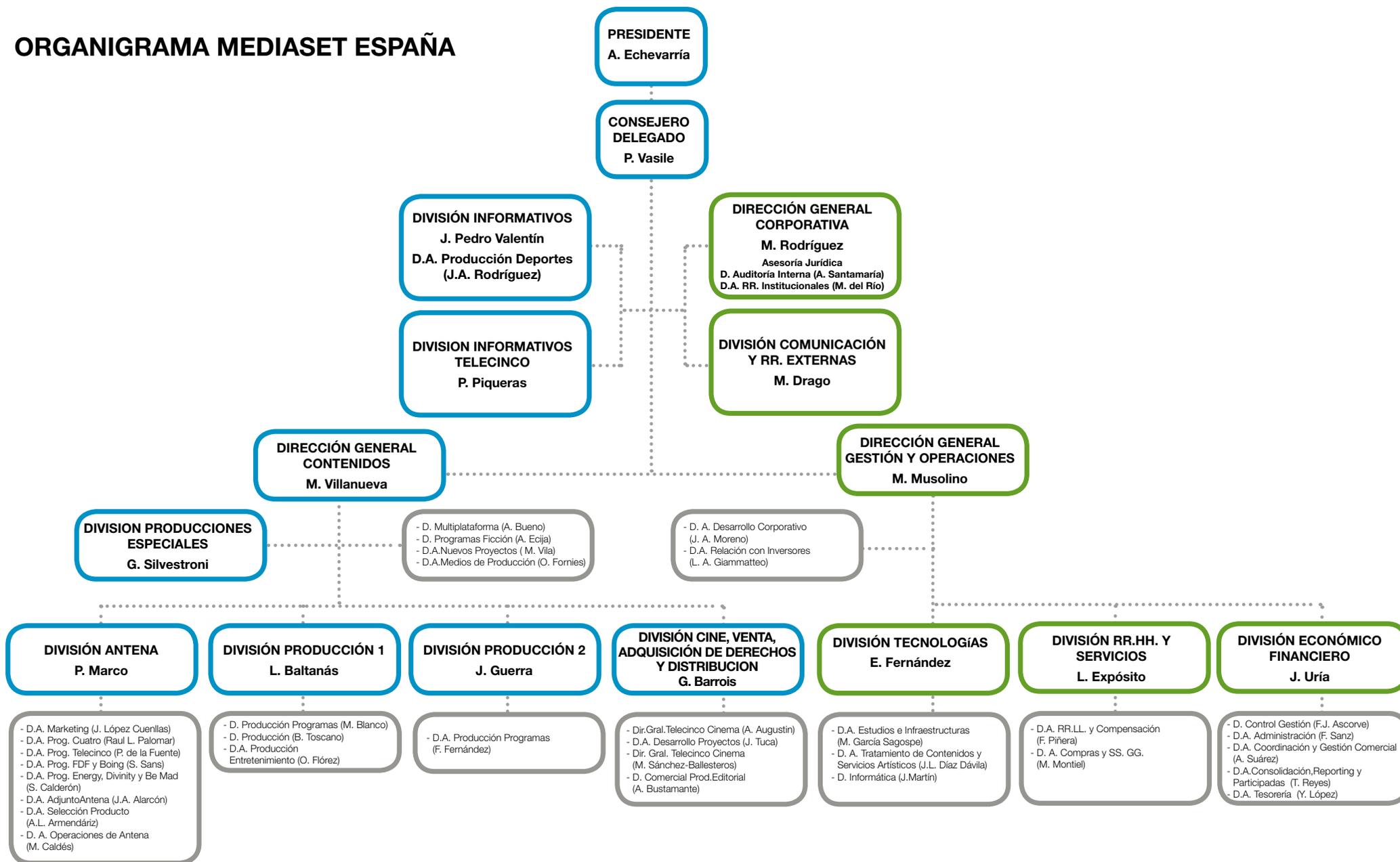
Nota: Ninguna de las anteriores Sociedades cotiza en bolsa. Todas las sociedades antes mencionadas tienen su domicilio constituido en España, excepto Pegaso Televisión Inc., cuyo domicilio se encuentra constituido en Miami, Florida (Estados Unidos) y Adtech Ventures, S.p.A., cuyo domicilio se encuentra constituido en Milán (Italia).

Nota: Las denominaciones sociales de las compañías son las siguientes: Mediaset España Comunicación S.A. (en adelante, Mediaset España o la compañía); Grupo Editorial Tele5, S.A.U (en adelante, Grupo Editorial); Telecinco Cinema, S.A.U. (en adelante, Telecinco Cinema); Mediacinco Cartera S.L.U. (en adelante Mediacinco Cartera); Conecta 5 Telecinco, S.A.U. (en adelante Conecta 5); Publiespaña, S.A.U. (en adelante Publiespaña); Publimedia Gestión S.A.U. (en adelante Publimedia Gestión); Advertisement 4 Adventure, S.L.U. (en adelante Advertisement 4 Adventure); Sogecable Editorial, S.A.U. (en adelante Sogecable Editorial); Netsonic, S.L. (en adelante Netsonic) y Concursos Multiplataformas, S.A.U (en adelante Concursos Multiplataformas).

## Sociedades del Grupo Mediaset España Comunicación



# ORGANIGRAMA MEDIASET ESPAÑA

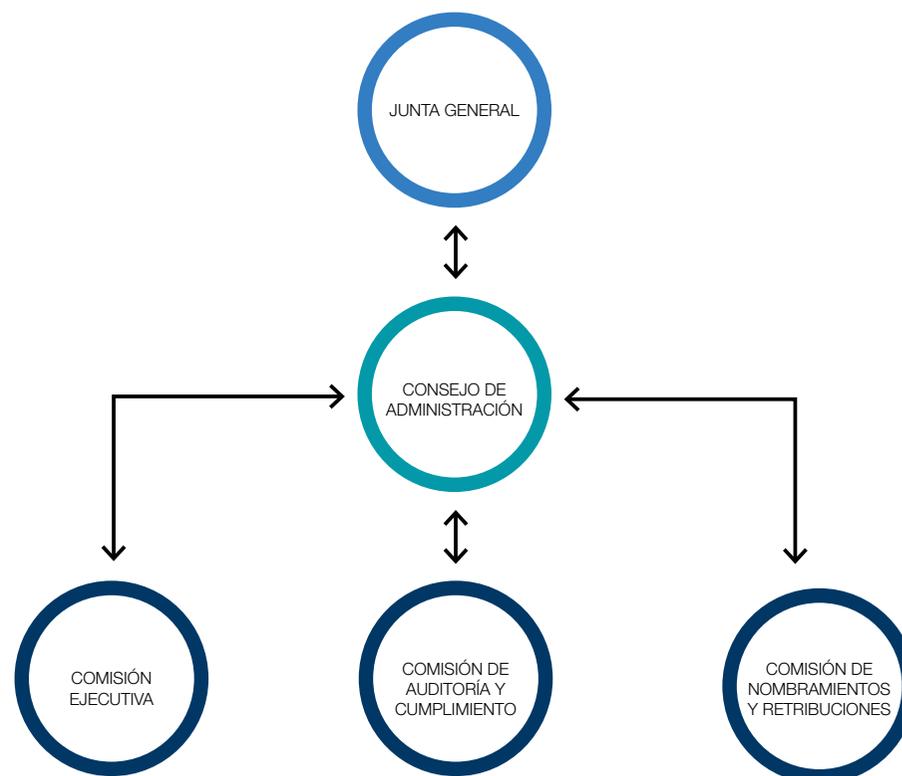


# SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO

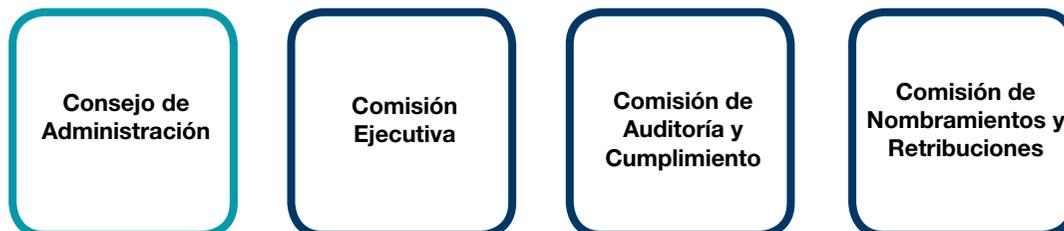
EL SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO SE ARTICULA EN TORNO A POLÍTICAS, REGLAMENTOS Y PROCEDIMIENTOS QUE CONTEMPLAN LOS MÁS ELEVADOS ESTÁNDARES DE TRANSPARENCIA Y LAS BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE GOBIERNO CORPORATIVO.

El sistema de Gobierno Corporativo de Mediaset España constituye el marco que rige y garantiza la correcta gestión de la compañía y está orientado a la creación de valor para sus grupos de interés, tanto internos como externos. Dicho sistema se articula en torno a políticas, reglamentos y procedimientos que contemplan los más elevados estándares de transparencia y las buenas prácticas en materia de Gobierno Corporativo.

- La **Junta General** se rige por lo dispuesto en la Ley, en los Estatutos Sociales de la compañía y en su Reglamento, aprobado por Mediaset España. Como órgano soberano de la compañía, la Junta representa a la totalidad de los accionistas y decide por mayoría en los asuntos propios de su competencia, donde la asistencia a la misma queda garantizada por la tenencia de una acción de la compañía.
- El **Consejo de Administración**, salvo en las materias reservadas a la competencia de la Junta General, es el máximo órgano de gestión. De esta forma, el Consejo dispone de todas las competencias necesarias para administrar la compañía; no obstante, la política del Consejo es delegar la gestión ordinaria de la misma en los órganos delegados y en el equipo de dirección, para concentrar su actividad en la determinación de la estrategia general de Mediaset España y en su función general de supervisión.
- Las **Comisiones de Auditoría y Cumplimiento** así como la de **Nombramientos y Retribuciones** se regulan por lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración así como en sus respectivos reglamentos.



## Órganos de gobierno



## Modelo de buen gobierno

### Accionistas

Los accionistas son el eje principal sobre el que se asienta la gestión del buen gobierno de la compañía. El refuerzo de la transparencia, el reconocimiento de sus derechos o la protección de sus intereses fundamentan las normas de buen gobierno de la compañía.

Una acción un voto

Fraccionamiento del voto

Retribución de los consejeros votación anual vinculante. Voto favorable del 72,08% de los accionistas.

Votación separada de puntos sustancialmente independientes

Justificación de las propuestas de nombramiento y reelección de consejeros.

51,04% accionistas presentes en la Junta General Ordinaria 2017

Políticas accesibles en la web

Comunicación continua a través del área de Inversores

Foro electrónico

### Consejo de Administración

Máximo órgano de gestión que tiene delegadas amplias facultades de decisión en las materias más relevantes para la compañía; por este motivo, tanto en su composición como en su funcionamiento es primordial para Mediaset España incorporar las medidas de buen gobierno en su normativa.

Presidente no ejecutivo; 23% Consejeros ejecutivos; 33% de consejeros independientes

Número inferior a 15; 85 años límite de edad

Comisiones presididas por consejeros independientes

Compromiso de no financiación de partidos políticos

Gestión fiscal con exclusión de paraísos fiscales

Revisión externa de los Informes de Gobierno Corporativo y Remuneraciones

Evaluación anual de los consejeros y de las Comisiones

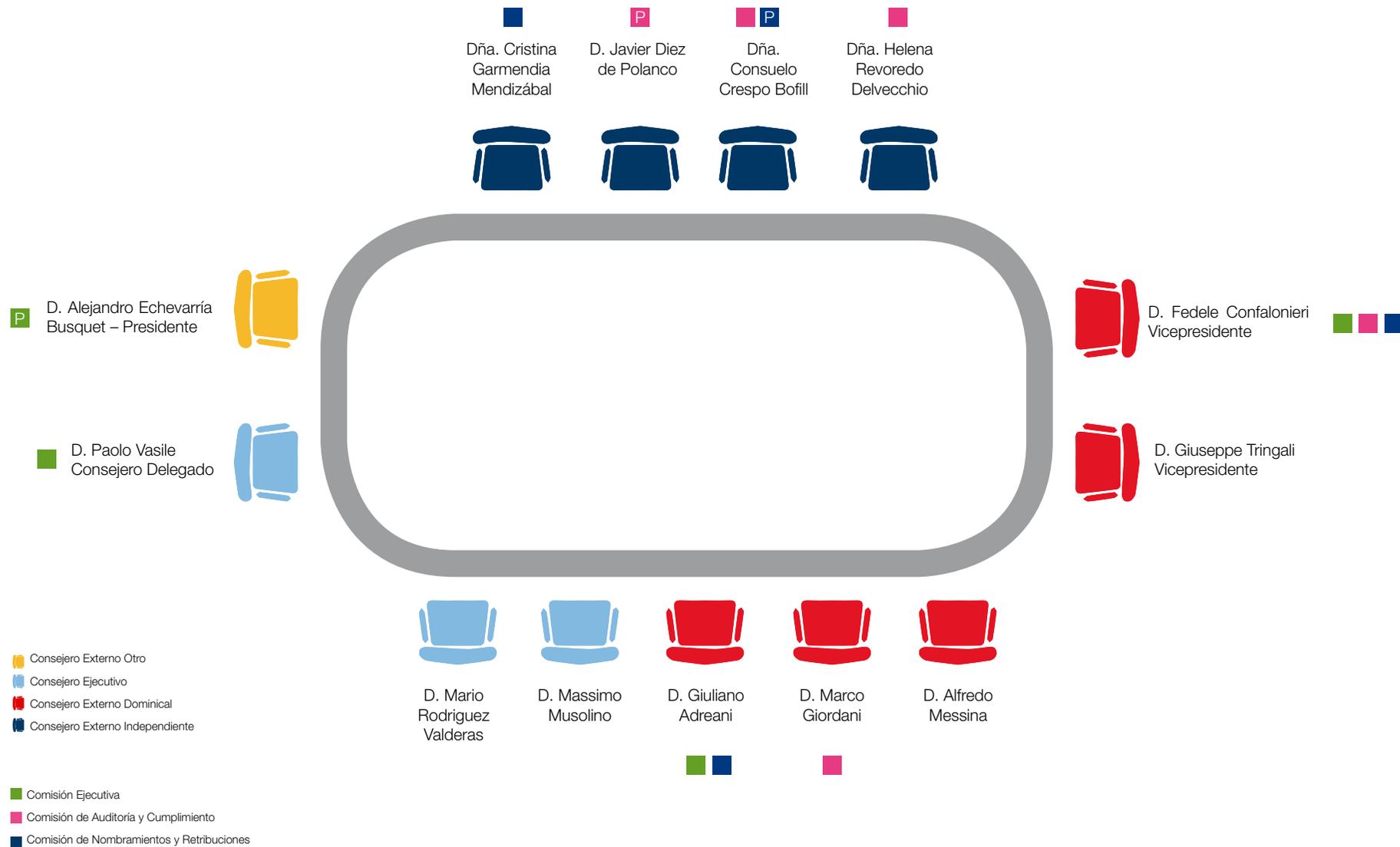
Limitación de la participación de los consejeros en otros Consejos de Administración.

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

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

## Composición del Consejo de Administración



## EL SISTEMA DE GOBIERNO CORPORATIVO SE ARTICULA EN TORNO A POLÍTICAS, REGLAMENTOS Y PROCEDIMIENTOS QUE CONTEMPLAN LOS MÁS ELEVADOS ESTÁNDARES DE TRANSPARENCIA Y LAS BUENAS PRÁCTICAS EN MATERIA DE GOBIERNO CORPORATIVO.

2017 ha sido un año en el que Mediaset España, además de seguir consolidando la aplicación de su robusto sistema de buen gobierno, ha avanzado de forma significativa en materia de diversidad.

En línea con las últimas recomendaciones de gobierno corporativo, la compañía ha tenido siempre, entre sus principales objetivos, el aumentar de forma progresiva el número de consejeras en los órganos de gobierno. Siguiendo con esta línea y dado que tres de los consejeros independientes debían renunciar a sus cargos por haber superado el plazo recomendado de 12 años, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones buscó deliberadamente entre los potenciales candidatos, mujeres que reunieran los perfiles buscados por la compañía. Así, la Comisión propuso al Consejo de Administración el nombramiento de Doña Consuelo Crespo y Doña Cristina Garmendia como nuevas consejeras, habiendo sido aprobados sus nombramientos por cooptación a finales de ejercicio 2017.

Este avance en la representación femenina en los órganos de gobierno es el resultado de la aplicación de la política de diversidad y de selección de consejeros aplicada por la compañía. Una política de diversidad aprobada por el Consejo de Administración, cuyos principios de actuación son, entre otros, los siguientes:

- Cumplir con legislación vigente en materia de diversidad así como con las mejores prácticas de gobierno corporativo en esta materia, adoptando las normas y directrices nacionales e internacionales en esta materia.
- Promover 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 del equipo humano de la Compañía.
- Fomentar la implementación de estrategias corporativas que permitan la formación del talento femenino promoviendo el desarrollo de actividades dirigidas a su desarrollo.
- Revisar periódicamente las actividades desarrolladas, con el fin de tener identificadas las potenciales debilidades y puntos de mejora, a efectos de prevenir y mitigar su impacto.
- Utilizar los medios audiovisuales del Grupo Mediaset España para concienciar y sensibilizar a la audiencia sobre la importancia del respeto y cumplimiento de la diversidad.
- Extender a la cadena de proveedores el compromiso de respeto y promoción de la diversidad.

### Número de consejeras

Consejo de Administración

2017  
**23%**  
(2016: 7,7%)

**La presencia de consejeras ha aumentado de un 7,70% a un 23,08% en el 2017 y también lo ha hecho en las comisiones de gobierno de la sociedad, tanto en la de Auditoría y Cumplimiento como en la de Nombramientos y Retribuciones.**

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

2017  
**2 → 40%**  
(2016: 0)

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

2017  
**2 → 50%**  
(2016: 0)

Durante el ejercicio 2017 se ha llevado a cabo una revisión del Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y del Reglamento de Nombramientos y Retribuciones, para adaptarlas a las mejores prácticas en materia de buen gobierno.

Con relación al Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, las últimas modificaciones han tenido como finalidad incorporar las previsiones básicas incluidas en la Guía Técnica 3/2017 de la CNMV sobre las Comisiones de Auditoría y Cumplimiento, en coordinación con la propuesta de modificación del artículo 21 del Reglamento del Consejo así como con las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno que Mediaset España viene cumpliendo. Las modificaciones han sido numerosas, aunque, desde un punto de vista sustantivo, no introducen ninguna novedad que no fuera ya desempeñada por la propia Comisión

en el desarrollo de su normal actividad. Estos cambios afectan a los siguientes artículos: el Artículo 3, sobre la composición cualitativa de la Comisión; el artículo 4, sobre la asistencia del auditor interno y, según en qué casos, del auditor externo a las reuniones de la Comisión, así como la necesidad de aprobar de forma preliminar un plan anual de trabajo; el artículo 5.1, sobre la necesidad de definir un proceso de selección del auditor externo, supervisión de dicho proceso y evaluación anual de la actuación e independencia de éste en el desempeño de su trabajo; el artículo 5.2, en relación con la supervisión de la información financiera; 5.3, con respecto al Sistema de Control Interno de dicha información; 5.5, en relación con la supervisión de la gestión y del control de los riesgos; 5.7, sobre transparencia y normas de gobierno corporativo, revisión

de la política de responsabilidad corporativa, evaluación de riesgos no financieros, y coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad; y el artículo 7, sobre medios y recursos de la Comisión.

La modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha tenido como finalidad introducir referencias a la política de diversidad.

También, destaca el proceso de evaluación de los integrantes del Consejo llevado a cabo durante el ejercicio 2017 por un consultor externo, cumpliendo así con las recomendaciones de buen gobierno corporativo.

## Principales temas abordados por el Consejo de Administración en 2017

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	Supervisión de 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 2018
Establecimiento de objetivos estratégicos para el ejercicio 2018	Definición de los objetivos estratégicos sobre los que se establece el Mapa de Riesgos de la compañía.
Remuneración de los consejeros	Aplicación de los principios de equilibrio y moderación a la remuneración del Presidente, Consejero Delegado y vocales.
Análisis de la situación política y modificaciones legislativas.	Definición de las actuaciones internas de cara a diferentes escenarios políticos y/o legislativos.
Supervisión de la actividad de las diferentes áreas de la compañía.	Supervisión del cumplimiento de las normas internas
Impulso del Buen Gobierno y de la Responsabilidad Corporativa	Revisión de las normas de gobierno de la compañía. Aprobación de la Política de Diversidad.

## Regulación de la remuneración de los miembros del Consejo de Administración

La política de remuneraciones de los consejeros de la compañía viene regulada en los artículos 37 y 56 de los Estatutos Sociales y 28 del Reglamento del Consejo de Administración de la compañía. En dichos preceptos se establecen cuáles son los órganos competentes para la aprobación o modificación de la política de remuneraciones, los principios en los que se basa, su estructura y finalidad. La normativa está disponible en nuestra página web e invitamos a su lectura ya que la misma ayudará a entender mejor la estructura de la política de remuneraciones de Mediaset España que detallamos en el presente Informe.



## Proceso de determinación de la remuneración

COMISIÓN DE  
NOMBRAMIENTOS Y  
RETRIBUCIONES

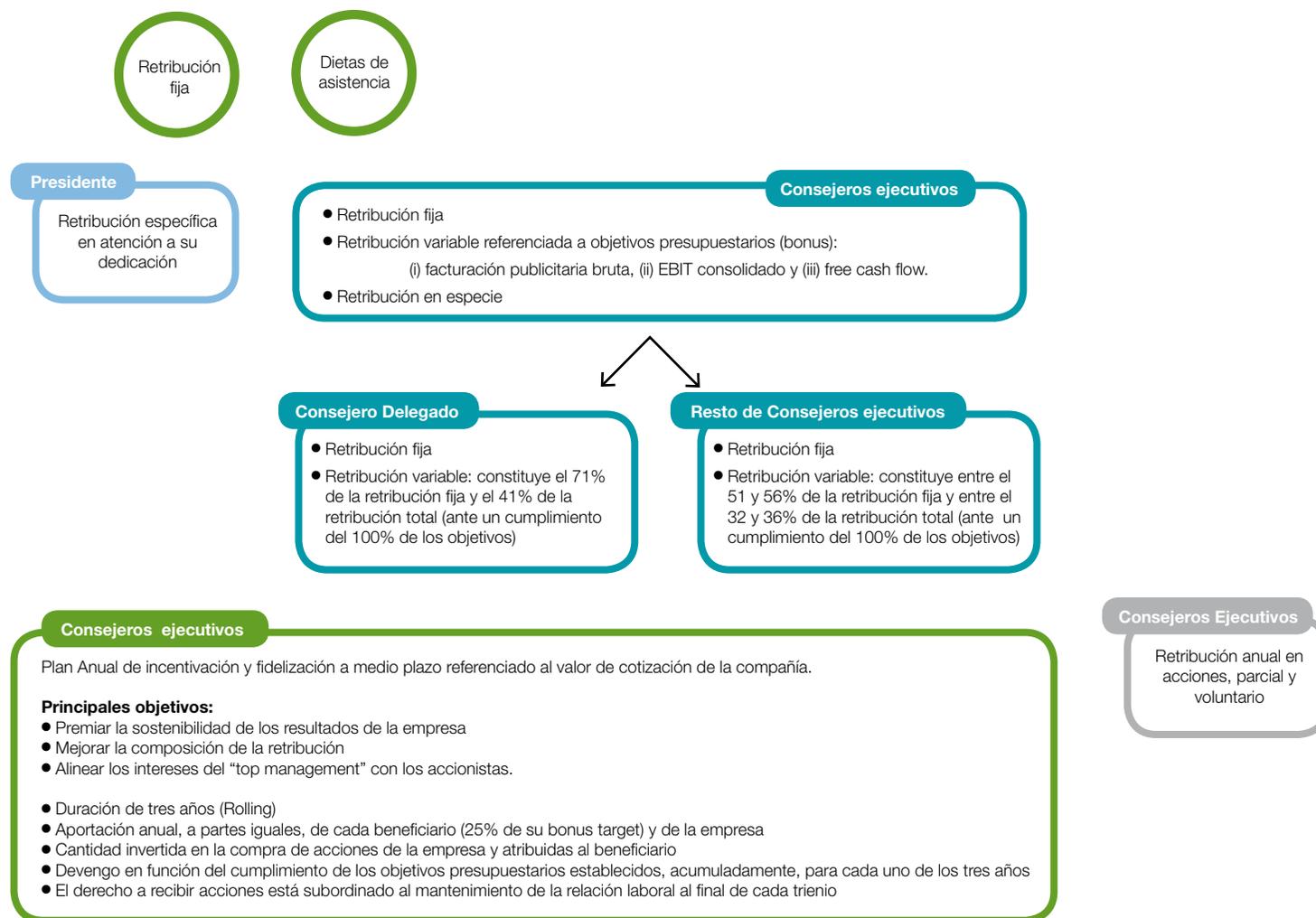
CONSEJO DE  
ADMINISTRACIÓN

INFORME DE  
REMUNERACIONES

REVISIÓN EXTERNA  
DEL INFORME DE  
REMUNERACIONES

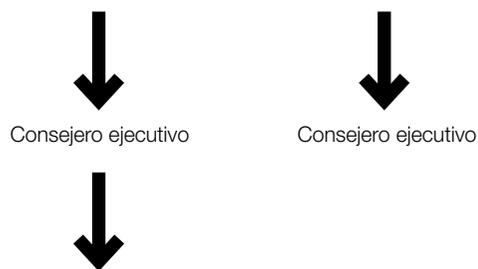
DECISIÓN DE LOS  
ACCIONISTAS: VOTACIÓN  
VINCULANTE EN LA  
JUNTA ORDINARIA  
APROBADO POR  
EL 72,08% DE LOS  
ACCIONISTAS.

## Composición de la remuneración de los consejeros



## Cláusulas de blindaje de los consejeros ejecutivos

En el supuesto que se produjera cualquier cambio en la actual titularidad/control (directa o indirecta) de la Empresa, y para los casos de despido improcedente, despido colectivo, u objetivo, extinción por parte del Consejero ejecutivo por las causas previstas en los artículos 39, 40, 41, y 50 del Estatuto de los Trabajadores, percibirán dos anualidades equivalentes a su retribución bruta.”



a) Extinción por baja voluntaria. Devengo por año: salario fijo y variable anual dividido entre 13,5, siendo la compensación total la suma de las cantidades correspondientes a los años de trabajo.

b) Despido procedente o improcedente.: indemnización legal más indemnización del punto a) anterior.

## Remuneración de los consejeros en el 2017

Nombre	Retribución devengada en la Sociedad			Retribución devengada en sociedades del grupo				Totales			
	Total Retribución metálico	Importe de las acciones otorgadas	Beneficio bruto de las opciones ejercitadas	Total ejercicio 2017 sociedad	Total Retribución metálico	Importe de las acciones entregadas	Beneficio bruto de las opciones ejercitadas	Total ejercicio 2017 sociedad	Total ejercicio 2017	Total ejercicio 2016	Aportación al sistema de ahorro durante el ejercicio
Alejandro Echevarría Busquet	1.002	0	0	1.002	0	0	0	0	1.002	1.024	0
Paolo Vasile	1.709	0	0	1.709	0	0	0	0	1.709	2.078	0
Fedele Confalonieri	139	0	0	139	0	0	0	0	139	139	0
Giuseppe Tringali	103	0	0	103	0	0	0	0	103	99	0
Massimo Musolino	871	0	0	871	0	0	0	0	871	994	0
Mario Rodríguez Valderas	660	0	0	660	0	0	0	0	660	790	0
Alfredo Messina	107	0	0	107	0	0	0	0	107	107	0
Marco Giordani	123	0	0	123	0	0	0	0	123	123	0
Giuliano Adreani	139	0	0	139	0	0	0	0	139	139	0
Helena Revoredo Delvechio	99	0	0	99	0	0	0	0	99	95	0
Consuelo Crespo Bofill	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cristina Garmendia Mendizábal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Javier Diez de Polanco	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ángel Duráñez Adeva	139	0	0	139	0	0	0	0	139	139	0
Borja Prado Eulate	115	0	0	115	0	0	0	0	115	111	0
José Ramón Álvarez Rendueles	147	0	0	147	0	0	0	0	147	143	0
<b>TOTAL</b>	<b>5.353</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.353</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5.353</b>	<b>5.977</b>	<b>0</b>

En miles de euros

LA COMPAÑÍA TIENE IMPLANTADOS VARIOS PROCEDIMIENTOS QUE MITIGAN EL RIESGO DE EXISTENCIA DE CONFLICTOS DE INTERÉS.

## Regulación de los posibles conflictos de interés

Tanto el Código Ético como el Reglamento Interno de Conducta en el Mercado de Valores del Grupo regula los conflictos de interés, concepto que hace referencia a toda situación en la que colisionen –o pudieran colisionar–, de forma directa o indirecta, el interés de Mediaset España o de las sociedades integradas, por un lado, y el interés particular de la persona sujeta al cumplimiento de dicho Código, por otro.

Por otra parte, la compañía tiene implantados varios procedimientos que mitigan el riesgo de existencia de conflictos de interés; procedimientos de control que estimulan la transparencia y el buen hacer, que se encuentran disponibles en la intranet del Grupo, a disposición de todo su personal.

Además, el Reglamento del Consejo tiene establecidos diversos mecanismos de gestión 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.

## Normas de Gobierno Corporativo

- Estatutos Sociales
- Reglamento de la Junta General de Accionistas
- Reglamento del Consejo de Administración
- Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento
- Reglamento de la Comisión de Retribuciones y Nombramientos
- Reglamento Interno de Conducta de Mediaset España Comunicación, S.A. en el Mercado de Valores
- Código Ético
- Política de Autocarera
- Política de Dividendos
- Política de Selección de Consejeros
- Política Fiscal
- Política de Responsabilidad Corporativa
- Política Medioambiental
- Política de Diversidad

## Estructura de la propiedad. Capital social

Fecha de última modificación	Capital social (€)	Número de acciones	Número de derechos de voto
13/04/2016	168.358.745	336.717.490	336.717.490

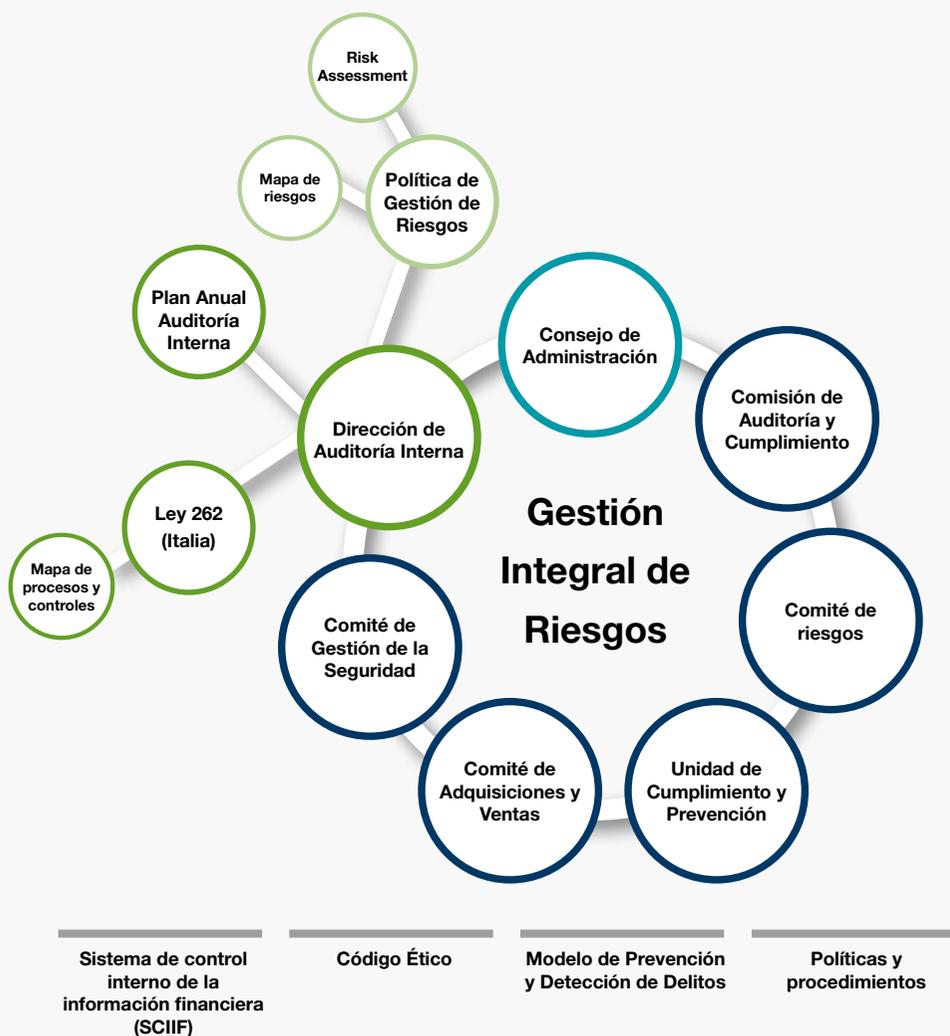
## Titulares directos e indirectos de participaciones significativas, excluidos los Consejeros

Nombre o denominación social del accionista	A través de	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	% sobre el total de derechos de voto
Don Silvio Berlusconi	Mediaset Spa.	0	169.058.846	50,208
Blackrock Inc.	No identificado	0	12.884.271	3,83
Invesco Limited	No identificado	0	6.691.901	1,99



Toda la información sobre Gobierno Corporativo se encuentra disponible en <https://www.mediaset.es/inversores/es/gobierno-corporativo.html>

# SISTEMA DE GESTIÓN DE RIESGOS



El Sistema de Gestión de Riesgos implantado en el año 2007, basado en COSO II y periódicamente actualizado desde entonces, permite garantizar una gestión de riesgos integral y equilibrada y tiene como finalidad la identificación, control y gestión de los riesgos relevantes que puedan afectar al cumplimiento de los objetivos definidos.

## Consejo de Administración

Máximo órgano de gobierno de Mediaset España. Entre otros cometidos, tiene el de identificar los principales riesgos del Grupo, implantar y efectuar un seguimiento de los sistemas de información y de control interno implantados, con el objetivo de adoptar las medidas oportunas para garantizar razonablemente un efectivo sistema de control interno y el desarrollo de su mejora.

## Comisión de Auditoría y Cumplimiento

Órgano delegado del Consejo de Administración. Tiene las funciones de conocer, comprobar y supervisar la adecuación e integridad del proceso de elaboración de la información financiera, del control interno y de los sistemas de gestión de riesgos, debiendo garantizar el cumplimiento de la Política de Riesgos, entre otras responsabilidades.

## Unidad de Cumplimiento y Prevención

Dependiente de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, formada por el Dir. Gral. Corporativo y los Directores Generales de Gestión y Operaciones, de Contenidos y de Publiespaña. Entre sus cometidos tiene el de velar por la aplicación del Código Ético por parte de las distintas sociedades del Grupo y evaluar su grado de cumplimiento, velar por el cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta, gestionar el canal de denuncias e investigaciones internas, o establecer y actualizar los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas.

## Comité de Riesgos

Dependiente de la Comisión de Auditoría, formado por el Dir. Gral. Corporativo y los Directores Generales de Gestión y Operaciones, de Contenidos y de Publiespaña. 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.

## Comité de Adquisiciones y Ventas

Formado por el Consejero Delegado y los Dir. Grales. de Contenidos, Gestión y Operaciones y Nuevos Productos Comerciales y con el apoyo del Dir. de Control de Gestión y de la Unidad de Derechos Audiovisuales de Asesoría Jurídica. Tiene el cometido de analizar la información económico-financiera de cualquier necesidad de 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

Integrado por representantes de la División de Tecnologías, la Dir. de Auditoría Interna, Asesoría Jurídica, el Responsable de Seguridad Informática, el Responsable de Seguridad Física y el Responsable de Fichero, junto con representantes cualificados de las áreas usuarias. 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.

EL GRUPO  
MEDIASET ESPAÑA  
CUENTA CON UN  
SÓLIDO SISTEMA  
DE CONTROL  
INTERNO QUE  
VELA POR EL BUEN  
DESEMPEÑO DE  
LAS ACTIVIDADES  
DEL NEGOCIO Y  
LA ADECUADA  
GESTIÓN DE  
LOS RIESGOS  
INHERENTES AL  
MISMO.

A través de la Política de Gestión Integral de Riesgos se establecen las directrices para la identificación, evaluación de los riesgos, así como las respuestas a los mismos y 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 tal que se identifican todos 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.

Por otra parte, Mediaset España tiene implantados los procedimientos necesarios para cumplir con la Ley italiana 262/05, en cuanto a procesos y controles relacionados con la información contable. En la misma línea, el Grupo tiene implantado un Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF) que le permite garantizar la fiabilidad de la información financiera publicada tanto por las empresas del Grupo de forma individual como de forma consolidada, así como el cumplimiento de los requisitos normativos y la corrección de posibles deficiencias observadas, minimizando los riesgos asociados al reflejo de las operaciones en los estados financieros del Grupo.

Con periodicidad anual, todo el personal que se encuentra 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. Durante 2017, este colectivo de personas ha recibido 574 horas de formación correspondiente a normativa contable, fiscal y financiera.

## Política de Gestión Integral de Riesgos



## Mapa de Riesgos



EL GRUPO TIENE DISEÑADO UN MODELO DE PREVENCIÓN Y DETENCIÓN DE DELITOS CUYA EFICACIA SE BASA, PRINCIPALMENTE, EN LA IMPLANTACIÓN DEL CÓDIGO ÉTICO, LA DEFINICIÓN DE UN REGLAMENTO INTERNO DE CONDUCTA, LA PUESTA A DISPOSICIÓN DE UN CANAL DE DENUNCIAS Y LA CREACIÓN DE UNA UNIDAD DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN, EN DEPENDENCIA DE LA COMISIÓN DE AUDITORÍA.

## Unidad de Cumplimiento y Prevención

- Definición y actualización del mapa de riesgos penales.
- Establecimiento y actualización de los controles necesarios para la prevención y detección de conductas delictivas.
- Gestión del canal de denuncias e investigaciones internas.
- Velar por y coordinar la aplicación del código ético por parte de las distintas sociedades del Grupo.
- Evaluar anualmente el grado de cumplimiento del Código Ético

## Políticas y procedimientos de Gestión de Riesgos

- Código ético
- Política de seguridad corporativa.
- Política de gestión integral de riesgos.
- Reglamento interno de conducta en el mercado de valores.
- Manual de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.
- Procedimiento de adquisición de bienes y servicios.
- Procedimiento de compra de derechos.
- Procedimiento de conexiones de terceros a la red informática de mediaset
- Procedimiento de continuidad de la emisión.
- Procedimiento de control mobiliario y material diverso.
- Procedimiento de devolución activos.
- Procedimiento de entrega y aceptación de regalos.
- Procedimiento de firma de contratos.
- Procedimiento de funcionamiento del comité de adquisiciones y ventas.
- Procedimiento de gestión de apoderamientos.
- Procedimiento de gestión de bienes.
- Procedimiento de gestión de clientes.
- Procedimiento de gestión de intercambios publicitarios.
- Procedimiento de provisiones de fondos.
- Procedimiento de solicitud de acceso remoto.
- Procedimiento de solicitud de material para el puesto de trabajo.
- Procedimiento de uso del correo electrónico e internet.
- Procedimiento de utilización y gestión del canal de denuncias corporativo.
- Procedimiento de viajes y gastos de desplazamiento.
- Procedimiento para el control de datos personales almacenados en ficheros no automatizados.
- Procedimiento para el uso de dispositivos móviles.
- Procedimiento para la contratación en entornos cloud.
- Procedimiento para regular la venta de derechos audiovisuales.
- Procedimiento de homologación de proveedores.
- Procedimiento de acceso a la información de reporting.
- Procedimiento de incidencias y reclamaciones a clientes.



**LAS DISPOSICIONES DEL CÓDIGO APLICAN A TODOS LOS ÁMBITOS DE LAS RELACIONES PROFESIONALES, RIGIENDO, ENTRE OTRAS, LAS RELACIONES CONTRACTUALES, COMERCIALES O DE NEGOCIO DE MEDIASET ESPAÑA CON SUS PROVEEDORES Y CLIENTES.**

## Código Ético

El Grupo Mediaset España cuenta con un Código Ético que establece los principios y valores fundamentales por los que se rige la compañía y al que se encuentran sujetos todos los empleados, directivos y miembros del Consejo de Administración, así como las sociedades dependientes. De esta forma, las disposiciones del Código aplican a todos los ámbitos de las relaciones profesionales, rigiendo, entre otras, las relaciones contractuales, comerciales o de negocio de Mediaset España con sus proveedores y clientes. Asimismo, quedan sujetos a su cumplimiento todas aquellas personas, físicas o jurídicas, que mantengan cualquier tipo de relación con Mediaset España en el desempeño de sus actividades profesionales o empresariales, como puedan ser auditores externos, consultores, asesores, proveedores, anunciantes, centrales de medios, productoras externas, organismos, instituciones, etc.

El documento, aprobado por el Consejo de Administración, se encuentra disponible tanto en la web corporativa como en la intranet de la compañía y ha sido ratificado tanto por los empleados como por los directivos, quienes han confirmado su conocimiento y el hecho de estar sujetos a sus disposiciones.

El control del cumplimiento del Código Ético corresponde a la Dirección de Auditoría Interna y a la Dirección de Recursos Humanos. Asimismo, la Unidad de Cumplimiento y Prevención, en dependencia de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, integrada por el Director General Corporativo de Mediaset España, el Director General de Gestión y Operaciones y el Director General de Contenidos y el Director General de Publiespaña, es la encargada de asegurar el cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta y, entre sus funciones, se encuentra la de comunicar cualquier incumplimiento del mismo a la Dirección de Recursos Humanos, que tomará las medidas disciplinarias oportunas según el caso.

## Principios fundamentales del código ético

- Integridad, responsabilidad y transparencia de la información financiera
- Derecho a la igualdad y no discriminación
- Derecho a la salud, seguridad en el trabajo y protección al medio ambiente
- Cumplimiento de las leyes y regulaciones vigentes

## Principales apartados del Código Ético

- Cumplimiento legal y regulatorio
- Conflicto de interés
- Confidencialidad e información confidencial
- Información privilegiada
- Integridad, responsabilidad y transparencia de la información financiera
- Igualdad y no discriminación
- Salud, seguridad en el trabajo y protección del medio ambiente
- Propiedad intelectual e industrial
- Blanqueo de capitales y financiación del terrorismo
- Libertad de expresión e independencia periodística
- Relaciones comerciales y con la competencia
- Privacidad y protección de datos
- Defensa de la competencia
- Deber de comunicación y Canal de Denuncias
- Gestión de las violaciones del Código Ético

## MEDIASET ESPAÑA CUENTA CON UN SISTEMA DE ALERTAS DE GESTIÓN Y FRAUDE INSTALADO CON EL FIN DE PREVENIR PRÁCTICAS IRREGULARES O INDICIOS DE OPERACIONES SOSPECHOSAS.

Con el objetivo de asegurar la efectiva aplicación del Código Ético y de los diversos procedimientos que lo desarrollan e implementan, la compañía complementa y refuerza su marco preventivo con una serie de procesos de control que permiten identificar áreas de mejora, así como detectar posibles incumplimientos, de cara a tomar las medidas correctivas oportunas.

Las actividades de control en cuanto a la aplicación efectiva de los procedimientos y códigos correspondientes, y ante cualquier situación de posible irregularidad, fraude o corrupción, así como cualquier incumplimiento del Código, son llevadas a cabo por la Dirección de Auditoría Interna, quien deberá elevar el caso a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento.

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, puede trasladar estas inquietudes o actitudes la directamente a la Dirección de Auditoría Interna, o bien comunicarlás a través del Canal de Denuncias, disponible en la intranet corporativa y que también gestiona la Dirección. Las denuncias deberán plantearse de forma individual y personal.

La Dirección de Auditoría Interna es la encargada de analizar la información recibida y valorar su veracidad y credibilidad, elevando las que estime fundadas a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento para su valoración final. Por su parte, tiene la obligación de garantizar y asegurar adecuadamente la correcta y completa protección de la privacidad y confidencialidad de la información comunicada y las personas implicadas. Asimismo, debe valorar si puede iniciar la investigación sobre la información recibida, o remite la misma a la Unidad de Cumplimiento y Prevención. En caso de llevar a cabo la investigación, la Dirección comunicará las conclusiones de la misma a la Unidad de Cumplimiento y Prevención, quien deberá aprobar dicho informe. Durante 2017 no se ha recibido ninguna denuncia a través del Canal de Denuncias.

En 2017, el Canal de Denuncias fue mejorado incorporando un módulo en la intranet corporativa donde el empleado accede al mismo directamente y cumplimenta su denuncia, la cual queda a disposición de Auditoría Interna, garantizándose en todo momento la confidencialidad del denunciante. También se ha implementado un pop-up que recuerda cada 6 meses a todos los empleados y colaboradores que trabajan en el entorno de Mediaset España, que tienen a su disposición una canal de denuncias.



Paralelamente, Mediaset España cuenta con un sistema de alertas de gestión y fraude instalado con el fin de prevenir prácticas irregulares o detectar indicios de operaciones sospechosas, que cuenta con 41 indicadores clave sobre los principales procesos del Grupo relacionados con ingresos, gastos y sistemas informáticos. Estos indicadores clave tienen una monitorización diaria mediante controles automatizados de la información registrada en las principales aplicaciones que soportan los procesos monitorizados.

Los conflictos de interés se encuentran regulados tanto por el Código Ético como por el Reglamento Interno de Conducta del Grupo. De esta forma, se establecen criterios y normas de actuación claros que pretenden evitar situaciones que generen dudas en torno a los intereses que motivan las actuaciones de cualquier persona que forma parte de la compañía, con el fin último de asegurar la integridad en la creación de contenido y su divulgación.



A su vez, la compañía tiene implantados varios procedimientos que mitigan el riesgo de existencia de conflictos de interés y estimulan la transparencia y el buen hacer, tales como el Procedimiento del Comité de adquisiciones y ventas, el Procedimiento de adquisiciones de bienes y servicios, el Procedimiento de firma de contratos o el Procedimiento de gestión de apoderamientos.

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. Dicho Comité está compuesto por el CEO, el Director General de Gestión y Operaciones y el Director General de Contenidos, que asegura y comprueba que el tercero al que se le realiza el encargo no tiene un conflicto de interés con la compañía. En el caso de cualquier operación de compra/venta de contenido con un accionista o empresa participada de Mediaset España, dicha operación debe ser previamente autorizada por dicho Comité o por el Consejo de Administración, si fuera necesario.

Además, se encuentran establecidos diversos mecanismos para detectar y resolver posibles conflictos de interés entre la sociedad y sus Consejeros, con el fin de evitar conductas que puedan causar un perjuicio a la sociedad o a sus accionistas. 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 (familiares del mismo, en caso de ser persona física, o socios o administradores, entre otros, en caso de ser el consejero persona jurídica). 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.

## Controles del grupo para mitigar los riesgos de corrupción y soborno

DE ACUERDO AL PROTOCOLO DE DETECCIÓN Y PREVENCIÓN DE DELITOS DE MEDIASET ESPAÑA, EXISTEN UNA SERIE DE CONTROLES QUE EL GRUPO TIENE INSTAURADOS PARA MITIGAR LOS RIESGOS DE CORRUPCIÓN Y SOBORNO EN SU ACTIVIDAD.

EN 2017, LA UNIDAD DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN HA ENCARGADO A UN CONSULTOR EXTERNO LA REVISIÓN DE LA EFECTIVIDAD DE SU MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS, TAREA QUE CONCLUIRÁ EN 2018.

- **Inclusión en el Código Ético de un apartado referente a la prohibición de toda práctica de corrupción.** Durante el ejercicio 2017, se ha actualizado el Código Ético y los empleados han realizado una aceptación expresa del mismo.
- **Procedimiento de compras y adquisiciones,** en el que se establece los diferentes niveles de aprobación en función del importe de la compra o adquisición, el flujo de actividades a seguir por las personas autorizadas por área, método de selección de ofertas, gestión de facturas, etc.
- **Protocolo de homologación y evaluación de proveedores,** aplicable tanto para compras generales como para la adquisición de derechos de contenidos, en el que se establecen los criterios a seguir a la hora de analizar la idoneidad de un proveedor y proceder a su homologación, con carácter previo a su selección.
- **Comité de Adquisiciones** en el que en aquellos casos en los que la compra de un bien o servicio supere 20.000 € es necesaria la aprobación previa por parte del mismo.
- **Auditorías internas** relativas al proceso de contratación y compras.
- **Matriz de poderes y política de uso.** El “Procedimiento de Gestión de Apoderamientos” define el proceso para otorgar, modificar y revocar poderes por parte de todas las empresas pertenecientes al Grupo. En su contenido se recogen catorce directrices relativas a la gestión de apoderamientos, con el fin de cumplir con la regulación aplicable (Ley de Sociedades de Capital, Reglamento del Registro Mercantil y Estatutos Sociales).
- **Procedimiento de aceptación y entrega de regalos e invitaciones,** cuyo objetivo principal es definir las líneas de actuación respecto al proceso de entrega y/o aceptación de regalos, obsequios, invitaciones, favores o equivalentes por parte de los empleados, directivos y administradores del Grupo en sus relaciones con terceros vinculadas en su actividad profesional.
- **Procedimientos de Firma de Contratos** en los que se recogen los pasos a seguir para la consecución de la firma de un contrato, haciendo referencia a la necesidad de elaborar la correspondiente “ficha de contrato”, los responsables de revisar y firmar dicha ficha, el proceso de elaboración del contrato y finalmente, la consecución de la correspondiente firma.
- **Procedimiento de dietas y gastos de desplazamiento, revisado en febrero 2015, que define y establece unas normas razonables y comunes que recogen** las particularidades de los distintos gastos en los que pueden incurrir los empleados de Mediaset España en desplazamientos por motivos de trabajo, o en otros actos en representación de la Compañía.
- **Inclusión en los contratos con terceros,** de cláusulas contractuales relativas a prevención de riesgos penales. Se incluye en los contratos que regulan los servicios prestados por empresas externas, una cláusula específica en la que los proveedores afirman conocer la legislación relativa a riesgos penales y por tanto, se obligan a cumplirla.

### Formación en procedimientos anticorrupción 2017

DIRECTIVOS

9

JEFES DEPTO.

20

TÉCNICOS.

42

TOTAL

71

**EN LO QUE RESPECTA A LA SEGURIDAD INFORMÁTICA, EL GRUPO TIENE ESTABLECIDO UN MARCO DE GESTIÓN QUE PARTE DE LA POLÍTICA DE SEGURIDAD CORPORATIVA, QUE CONTEMPLA EL MARCO DE CONTROL NECESARIO PARA EL NUEVO ENTORNO DIGITAL.**

Dentro del Plan Anual de Auditoría, el Departamento de Auditoría Interna lleva a cabo el análisis de los riesgos relacionados con la corrupción de las líneas de actividad que mayor incidencia tienen en el Grupo. En este sentido, en 2017 se han revisado dichos riesgos en todas las unidades de negocio del Grupo.

En particular, en 2017 la Dirección de Auditoría Interna ha efectuado 3 auditorías relativas al proceso de contratación y compras, en las que se han comprobado los procesos de compra de programas de ficción, de entretenimiento y de inversión en digital, las que han resultado favorables. Por otra parte, ha recibido 3 notificaciones de aceptación de regalos que han sido debidamente autorizadas y no conllevaron riesgo de soborno alguno.

Adicionalmente, la Dirección Económico Financiera tiene establecidos controles exhaustivos para verificar todas las operaciones de cobro y pago de sus operaciones de ingresos y costes. Entre otros, cuenta con protocolos de homologación de clientes, procedimientos de catalogación de clientes, de asignación de poderes para pago con firma conjunta, procedimientos de verificación de cumplimiento de obligaciones de terceros.

En lo que respecta a la seguridad informática, el Grupo tiene establecido un marco de gestión que parte de la Política de Seguridad Corporativa, que contempla el marco de control necesario para el nuevo entorno digital. A su vez, cuenta con un Comité de Gestión de la Seguridad encargado garantizar la implantación de la seguridad informática de manera coordinada y centralizada.

Los procesos de control establecidos por la Dirección de Auditoría Interna para revisar la seguridad informática se basan principalmente, por un lado, en la revisión de los diferentes procedimientos definidos dentro de la Política de Seguridad Informática y por otro, en una revisión semestral de los controles establecidos en los sistemas de información. Ambas revisiones son realizadas en colaboración con el Responsable de Seguridad Informática.

En todos los trabajos planificados por la Dirección de Auditoría Interna que supongan la revisión de procesos que tengan como soporte un sistema informático se incluye, dentro del alcance, un apartado específico para revisar la seguridad informática de dicho sistema. A su vez, antes de la puesta en producción de un sistema informático, se lleva a cabo una revisión de seguridad para verificar que los controles definidos inicialmente han sido implementados correctamente.

La compañía también tiene implantadas medidas para minimizar el riesgo de que sus empleados cometan faltas o delitos de agresión en la ejecución de sus obligaciones o servicios. En este sentido, se garantiza que el personal de seguridad subcontratado por Mediaset España ha recibido formación en materia de Derechos Humanos, ya que estos cuentan con la titulación oficial de Vigilante de Seguridad que incluye un módulo formativo en este tema. Mediaset España exige a las empresas de seguridad con quienes trabaja, la habilitación por el Ministerio del Interior y todos los vigilantes cuentan con su Tarjeta de Identidad Profesional (T.I.P.). Por su parte, las faltas o agresiones cometidas en el entorno laboral por cualquier trabajador del Grupo, están debidamente sancionadas por el Régimen Disciplinario de los Convenios Colectivos aplicables.

En el desarrollo normal de su actividad, Mediaset España gestiona la participación de artistas menores de edad en sus programas siguiendo estrictamente los criterios y procedimientos establecidos al respecto por la Consejería de Empleo de la Comunidad de Madrid.

En este sentido, la compañía cuenta con un manual donde se recogen directrices concretas relacionadas con trabajos a realizar con menores, así como el marco legislativo aplicable a las relaciones laborales con éstos, para garantizar el correcto desarrollo de las actividades de menores en televisión, así como que los mismos no vean vulnerados sus derechos a la educación y al disfrute de su tiempo de ocio. El manual se encuentra disponible en la intranet y se entrega a todas las productoras que puedan realizar contrataciones de menores, a efectos de que pongan en práctica las medidas definidas. A su vez, el Código Ético también regula las conductas individuales para evitar actitudes que puedan calificarse como corrupción de menores.

Por otra parte, Mediaset España lleva a cabo una constante revisión de sus actividades y de los escenarios donde trabajan los menores, de cara a garantizar su plena seguridad y el absoluto respeto de sus derechos. Entre otros aspectos, la compañía comprueba la adecuación de las zonas de acceso y estancia de los menores, o el establecimiento de zonas de descanso adaptadas. Asimismo, se comunican las medidas y actuaciones que se han de tomar en caso de emergencia, e igualmente se garantiza la asistencia de los tutores legales a dichas sesiones. Las jornadas de trabajo nunca pueden superar las 8 horas y, a su vez, se coordina la programación de la grabación en la que participen menores con los horarios lectivos de manera que les permita la asistencia regular a clase.

**EN EL DESARROLLO NORMAL DE SU ACTIVIDAD, MEDIASET ESPAÑA GESTIONA LA PARTICIPACIÓN DE ARTISTAS MENORES DE EDAD EN SUS PROGRAMAS SIGUIENDO EstrictAMENTE LOS CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS AL RESPECTO POR LA CONSEJERÍA DE EMPLEO DE LA COMUNIDAD DE MADRID.**



**La gestión de la seguridad informática se encuentra desarrollada en el apartado "Ciberseguridad" de este Informe**



CUALQUIER COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS EN LA COMPAÑÍA ESTÁ REGULADA MEDIANTE LOS PROCEDIMIENTOS DE ADQUISICIONES Y DE FIRMA DE CONTRATOS, Y ES LA DIRECCIÓN DE COMPRAS Y SERVICIOS GENERALES LA ENCARGADA DE REALIZAR Y SUPERVISAR LA GESTIÓN.

## Códigos y acuerdos de autorregulación

- Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia.
- Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego.
- Código de conducta publicitaria de la asociación para la autorregulación de la comunicación comercial (autocontrol) y otros códigos específicos de publicidad emitidos por la asociación.
- Código deontológico de la federación de periodistas (fape).
- Código deontológico europeo de la profesión periodística.
- Código ético de la asociación de directivos de la comunicación (dircom).

## Guías de actuación específicas del sector

- Normativa sobre cuotas de emisión europea (directiva 2010/13/ue).
- Garantía de adjudicación de espacios.
- Acuerdo de procedimiento para la comercialización y la gestión de espacios publicitarios en televisiones generalistas.
- Acuerdo de buenas prácticas en materia publicitaria.
- Ley general de comunicación audiovisual.
- Ley del cine.
- Ley de propiedad intelectual.
- Código de conducta publicitaria.
- Código de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (código paos).
- Código de autorregulación de contenidos televisivos e infancia.
- Código ético de comercio electrónico y publicidad interactiva (confianza online).
- Principios del pacto mundial de naciones unidas.
- Código deontológico de buenas prácticas comerciales para la promoción de los productos dietéticos infantiles.
- Código de conducta sobre comunicaciones comerciales de las actividades de juego.
- Lista de declaraciones autorizadas de propiedades saludables de los alimentos distintas de las relativas a la reducción del riesgo de enfermedad y al desarrollo y la salud de los niños.

**La gestión de riesgos contempla, indiscutidamente, la gestión de la cadena de suministro, considerando los riesgos relacionados con el impacto que pueden tener en el negocio de Mediaset España, las actividades desarrolladas por los proveedores. En este sentido, los procedimientos aplicados contemplan:**



Previo a la contratación de servicios o bienes, se aplica el Protocolo de homologación de proveedores: análisis de solvencia de los proveedores, certificado de residencia fiscal en caso de no residentes y certificado de contratista en caso de residentes, Políticas y Certificaciones de Calidad y RSC.



En la relación contractual se tienen en cuenta temas relacionados con la Protección de los Datos de Carácter Personal y la contratación de seguros de Responsabilidad Civil y de daños, entre otros.



Aquellos proveedores que prestan sus servicios dentro de las instalaciones del Grupo deben, a su vez, cumplir con requerimientos vinculados a la Prevención de Riesgos Laborales.



Por su parte, los proveedores específicos relacionados con áreas del juego deben contar, adicionalmente, con formación en blanqueo de capitales.

CUALQUIER COMPRA DE BIENES Y SERVICIOS EN LA COMPAÑÍA ESTÁ REGULADA MEDIANTE LOS PROCEDIMIENTOS DE ADQUISICIONES Y DE FIRMA DE CONTRATOS.



Todas las compras superiores a 20.000€ deben ser aprobadas por el Comité de Adquisiciones, órgano compuesto por el Consejero Delegado, el Director General de Gestión y Operaciones, el Director General de Contenidos y el Director General Comercial, con la Dirección de Auditoría Interna en calidad de secretaria y con el apoyo de la Dirección de Asesoría Jurídica y de la Dirección de Control.



Para todas las compras superiores a 20.000€ es necesario firmar un contrato, ya sea para la adquisición de un bien o un servicio.

**TRAS LA VENTA A PRINCIPIOS DEL 2017 DE ESTA SOCIEDAD, EL GRUPO MEDIASET ESPAÑA HA DEJADO DE REALIZAR ACTIVIDADES DE JUEGO ONLINE, REDUCIENDO ASÍ LOS RIESGOS DE BLANQUEO DE CAPITALAS QUE ENTRAÑAN ESTE TIPO DE JUEGOS.**

En los ejercicios anteriores se hacía referencia al Comité de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo, encargado de supervisar las medidas de control de las operaciones relacionadas con el juego online desarrollado por Premiere Megaplex, SAU, entonces filial del Grupo. Tras la venta a principios del 2017 de esta Sociedad, el Grupo Mediaset España ha dejado de realizar actividades de juego online, reduciendo así los riesgos de blanqueo de capitales que entrañan este tipo de juegos.

Por su parte, los concursos televisivos, gestionados a través de la sociedad Concursos Multiplataformas, SAU, implican la participación de los concursantes a través de llamadas telefónicas, envío de mensajes de texto o cualquier otro procedimiento electrónico,

informático o telemático en el que existe una tarificación adicional, no existiendo movimientos de dinero. Dadas sus características y según el análisis de riesgos realizado por la Sociedad, esta modalidad de juego es, desde el punto de vista del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, de un riesgo bajo. Sin embargo y de acuerdo a la legislación existente aplicable a los concursos, existe un Comité de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo que realiza labores de supervisión de los controles previos a la entrega de los premios. Por otra parte, en 2017 se ha impartido formación en temas de prevención de blanqueo de capitales y financiación del terrorismo al personal que lleva a cabo tareas de apoyo a la actividad de concursos. En este sentido, se han impartido 54 horas en la formación de 27 personas.



## 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.		<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>En 2017 se ha analizado el impacto de las normas IFRS 9 y 15 en los estados financieros consolidados del Grupo Mediaset España. También esta trabajando en la implantación del nuevo Reglamento Europeo de Protección de Datos.</p>	<p>En 2017 se han recibido varios expedientes sancionadores por incumplimientos, pero sin impacto material para el Grupo.</p> <p>Las sanciones recibidas se encuentran detalladas en el apartado "Acerca de este informe", en las Notas Aclaratorias.</p>	Mediaset España esta presente en los grupos de trabajo creados para valorar los cambios normativos y además implementa rápidamente todos los cambios normativos que se producen y le afectan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Número de expedientes sancionadores nuevos en el año respecto del año anterior.</li> <li>Número de expedientes cerrados que han supuesto una sanción económica.</li> </ol>	
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.		<p>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.</p> <p>En 2017 se ha producido una inestabilidad política generada por la situación política en Cataluña que ha podido afectar a la economía y a la inversión publicitaria.</p>	No	No aplica	Porcentaje de la caída de la inversión, con respecto a la caída del PIB.	

Liderazgo en el mercado de TV

Oferta de contenidos multiplataforma

Adecuación al marco normativo

LENTO (>12 meses)

RÁPIDO (6-12 meses)

MUY RÁPIDO (<6 meses)

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
COMPETIDORES Y CONDICIONES DE MERCADO	<p>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.</p> <p>A su vez, las nuevas plataformas de contenidos no se encuentran sometidas a las mismas obligaciones y límites respecto de los canales de televisión.</p>	 	<p>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.</p> <p>Mediaset España continua con la estrategia de potenciar sus productos con la compra de nuevos eventos así como fortalecer sus productos de entretenimiento y ficción para competir con éxito.</p>	Han aparecido nuevos competidores de OTT y se han afianzado los nuevos canales de TDT.	Mediaset España sigue apostando por la multiplataforma y para ello ha creado equipos específicos para el ámbito digital en las áreas de comercial y marketing. Continua haciendo esfuerzos a nivel de inversión para el continuo desarrollo de sus plataformas multimedia.	Datos de audiencia en los canales TDT y on-line.	
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 del mercado y/o de una falta de adaptación de estrategia de venta de publicidad a la evolución del consumo televisivo.	 	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Mediaset España intenta fortalecer su liderazgo en audiencia a través de sus productos y marcas.</p>	No	No aplica	Valor de la cuota publicitaria conseguida por el Grupo con respecto al total de inversión.	

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
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.		<p>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.</p> <p>Asimismo, la compañía ha perfeccionado la coordinación con las productoras de los programas con el fin de tener mayor rapidez reactiva.</p> <p>En el mismo momento en que se detecta una situación de posible conflicto, la Dirección de Comunicación coordina, informa y asesora al Consejero Delegado para tomar las medidas necesarias a tales efectos. Mediaset colabora a través de proyectos/ campañas por la igualdad, cuidado del medio ambiente, defensa de la salud apostando por la educación como medio para lograr una sociedad mejor.</p>	Si	El Grupo ha activado sus protocolos de respuesta.	Número de incidentes producidos que afectan a la reputación del Grupo.	
FINANCIERO	La apreciación del Dólar respecto del Euro tiene un impacto en el negocio de la televisión, al ser compradora de derechos audiovisuales en mercados que operan con esta divisa.		La compañía tiene contratados los oportunos instrumentos de cobertura y seguros de cambio para mitigar un posible impacto negativo.	No	No aplica	Evolución del tipo de cambio.	
TRANSFORMACIÓN TECNOLÓGICA	La constante y cada vez más rápida evolución tecnológica tiene su impacto en la forma de consumir televisión. La falta de adecuación tanto de infraestructuras como de sistemas, aplicaciones y plataformas a esta evolución, puede tener un impacto negativo en la sostenibilidad del negocio.	 	Mediaset España monitoriza la evolución y el efecto que la transformación tecnológica puede tener en la televisión y lleva a cabo las inversiones adecuadas para el desarrollo de tecnologías adaptadas e infraestructuras.	No	No aplica	Porcentaje de inversión aprobado.	

Liderazgo en el mercado de TV

Oferta de contenidos multiplataforma

Adecuación al marco normativo

LENTO (&gt;12 meses)

RÁPIDO (6-12 meses)

MUY RÁPIDO (&lt;6 meses)

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
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.		<p>Mediaset España tiene establecidos contratos sólidos con proveedores de primera línea para el alojamiento del archivo digital.</p> <p>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.</p> <p>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 España.</p> <p>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.</p>	No	No aplica	Número de incidentes producidos por este riesgo.	
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.		<p>Mediaset España tiene definido un Mapa de Riesgos de Ciberseguridad del Grupo y los correspondientes controles y medidas de mitigación.</p> <p>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.</p> <p>El Grupo cuenta con un servicio de mitigación de ataques mediante Denegación de Servicio (DOS).</p>	El Grupo no ha sufrido incidentes de seguridad relevantes. Tan solo ha recibido alertas de virus en equipos que se han solucionado con la propia herramienta de antivirus corporativa.	Mediaset España realiza un seguimiento continuo sobre nuevos virus/vulnerabilidades que van apareciendo.	Número de incidentes producidos por este riesgo.	
LITIGIOS	Litigios y contenciosos que el Grupo mantiene o pueda mantener con terceros en materia laboral, penal, fiscal, contencioso-administrativa o de jurisdicción civil y mercantil pendientes de resolución definitiva.		Mediaset España, a través de sus Administradores y asesores, evalúa el riesgo para todos los litigios y contenciosos y, en aquellos casos en los que el riesgo es probable y sus efectos económicos son cuantificables, dota las provisiones adecuadas.	Si, sin impacto material en el negocio.	Desde las áreas de Asesoría Jurídica y resto de áreas afectadas se realiza un seguimiento continuo de los litigios abiertos.	Número de expedientes nuevos.	

PRINCIPAL RIESGO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO ESTRATÉGICO	MECANISMO DE GESTIÓN	MATERIALIZADO	GESTIONADO	INDICADORES	VELOCIDAD DEL IMPACTO
PÉRDIDA DE INTERÉS EN LA OFERTA DE CONTENIDOS	Adquisición y/o producción de contenidos y/o decisiones de programación que no resulten de interés para la audiencia.		<p>La Dirección de Programas tienen una unidad de Investigación de nuevos productos que esta continuamente mirando el mercado en la búsqueda de nuevos productos.</p> <p>El Grupo utiliza a 4 como incubadora de programas nuevos y mantiene las marcas con mayor audiencia.</p>	Sí	La Dirección toma la decisión de adelantar el desenlace del programa o reubicarlo en otro canal del Grupo cuyo público sea más adecuado al contenido.	Numero de programas que se cancela su emisión.	
INTERRUPCIÓN DEL NEGOCIO	Fallo en la operativa de los sistemas o infraestructuras clave del negocio que puede provocar la interrupción de la emisión, con el consiguiente impacto en la rentabilidad.		El Grupo tiene definido un plan de continuidad del negocio que garantiza la disponibilidad inmediata del personal, sistemas y plataformas clave necesarios para continuar la emisión. Para ello, realiza la formación y lleva a cabo las inversiones en infraestructuras y tecnologías necesarias.	Sí, sin impacto material en el negocio.	Se han activado los protocolos definidos para llevar a cabo la solución técnica necesaria.	Numero de incidentes producidos.	
BRECHA EN LA CONFIDENCIALIDAD	Filtración de información confidencial relevante (contenidos, datos financieros, política comercial u otra información sensible del negocio), que puede tener un impacto significativo en la capacidad de la compañía para lograr sus objetivos estratégicos.	 	Mediaset España 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.	

- Liderazgo en el mercado de TV
- Oferta de contenidos multiplataforma
- Adecuación al marco normativo

- LENTO (>12 meses)
- RÁPIDO (6-12 meses)
- MUY RÁPIDO (<6 meses)

El riesgo asociado a los posibles impactos derivados del cambio climático ha sido valorado en el mapa de riesgos de la compañía. No obstante, no ha sido considerado material, dados los mecanismos de gestión implantados y la probabilidad de ocurrencia o la intensidad esperada del impacto, en caso de producirse.

# PROTECCIÓN DE DATOS

**MEDIASET ESPAÑA ADOPTA UNA POSTURA DE PREVISIÓN Y ANTICIPACIÓN ANTE NUEVAS TENDENCIAS, PERSPECTIVAS, TECNOLOGÍAS Y CAMBIOS NORMATIVOS.**

Mediaset España desarrolla su negocio en un entorno marcado por factores como el asentamiento de las tecnologías Big Data, la transformación digital de negocios y empresas, el auge del malware o la exposición a vulnerabilidades no conocidas con afectación a los sistemas de tratamiento de datos de carácter personal. En este contexto, el Grupo adopta una postura de previsión y anticipación ante nuevas tendencias, perspectivas, tecnologías y cambios normativos.

Partiendo de las premisas definidas en el Código Ético de la compañía en relación a la privacidad y la protección de datos, es la Unidad de Protección de Datos, apoyada en otras áreas de la compañía, quien lleva a cabo las acciones necesarias para garantizar la privacidad y el uso correcto de los datos personales. En 2017, la Unidad se ha centrado en impulsar las tareas de adecuación pertinentes para adoptar los requisitos que introducirá el nuevo Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) a partir de mayo de 2018.

En este sentido, se ha llevado a cabo un análisis por áreas para identificar los puntos de mayor incidencia en cuanto a la adecuación al nuevo RGPD. Para ello, se examinaron los procesos internos de los distintos departamentos, identificando e inventariando cada tratamiento de datos.

Se estableció, además, un grupo de trabajo para impulsar la adecuación al nuevo Reglamento, tanto a nivel jurídico, como técnico y organizativo. Los principales avances de este grupo han sido el establecimiento de una metodología de análisis de riesgo para estimar el impacto en la privacidad de los usuarios en los tratamientos, la definición de la estrategia más adecuada para actualizar la Política de Seguridad corporativa y normativa interna, y la elaboración de un marco jurídico adecuado en la relación con los prestadores de servicios.

Por otra parte, durante 2017 se llevó a cabo la preceptiva auditoría bienal por un auditor externo, con un resultado de nivel alto de cum-



## LA COMPAÑÍA ESTÁ REVISANDO SU POLÍTICA DE SEGURIDAD CORPORATIVA Y UNA SERIE DE PROCEDIMIENTOS DE GESTIÓN DE LA PRIVACIDAD, PARA ADAPTARSE AL NUEVO REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS.

plimiento de la LOPD y del Reglamento por parte de las empresas del Grupo.

Asimismo, se atendieron en tiempo y forma 27 peticiones de derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición) y 3 retiradas de contenido publicado referido a participación en concursos y noticias. También se informó por escrito y se recabó autorización sobre el derecho de imagen y datos de carácter personal a las personas que asistieron como público a las grabaciones de los programas de los canales televisivos realizados en las instalaciones de Mediaset España. Al igual que en años anteriores, en 2017 no se ha recibido ninguna reclamación fundamentada sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos personales.

En el contexto global sobre la protección de datos personales, se está analizando la normativa sobre el respeto de la vida privada y la protección de los datos personales en el sector de las comunicaciones electrónicas (ePrivacy Directive, Directiva 2002/58/EC). En este sentido, Mediaset España participa en grupos sectoriales para la valoración de su posible impacto y aplicación en el negocio de marketing y publicidad online.

En 2017 se ha establecido un plan de formación para directivos dirigido a concienciar a este colectivo en materia de Seguridad de la Información y Privacidad. A su vez, se ha puesto en marcha un plan global de aplicación a todo el staff, que permitirá analizar el grado de conocimiento de la plantilla respecto a los asuntos de Seguridad, Privacidad y determinados aspectos de cumplimiento.

LA FORMACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN INTERNA, LA COORDINACIÓN EFECTIVA ENTRE ÁREAS DEL GRUPO Y LA COLABORACIÓN CON ACTORES EXTERNOS SON TRES CLAVES CENTRALES EN LA ESTRATEGIA DE MEDIASET ESPAÑA PARA GARANTIZAR LA PROTECCIÓN DE DATOS Y LA SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN.

En términos de coordinación interna, se han continuado manteniendo reuniones periódicas del Comité de Seguridad y, en paralelo, la Unidad de Protección de Datos ha realizado un seguimiento especial de aquellos departamentos o unidades de negocio que precisan asesoramiento específico, desarrollándose encuentros con las áreas más afectadas en materia de Privacidad para trasladar novedades y tendencias en la materia, así como valorar de manera conjunta riesgos y alternativas de actuación.

Por último, Mediaset España ha participado en 2017 en distintos grupos de trabajo, entre los que destaca el grupo de trabajo de Calidad y Seguridad de Autelsi (Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información), en el que se ha redactado la "Guía para la Notificación de Incidentes de Seguridad" para el RGPD y otras normativas (Directiva NIS, Ley 8/2011 de protección de Infraestructuras Críticas, y el Esquema de Seguridad Nacional). La compañía también ha colaborado con la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y el ISMS Forum (Asociación Española para el Fomento de la Seguridad de la Información) en la redacción de la "Guía para la Gestión y Notificación de Brechas de Seguridad". Parte del contenido de estas guías están siendo asumidas en la normativa interna en preparación de la adecuación de Mediaset España al RGPD.

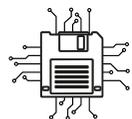
Responsable de Seguridad  
**Certified Data Privacy Professional**  
 (ISMS Forum Spain)

# CIBERSEGURIDAD

La tecnología es un factor imprescindible y diferencial en el negocio de Mediaset. En este sentido, las medidas y controles de seguridad que adopta el Grupo buscan garantizar la integridad, disponibilidad, confidencialidad y control de acceso de sus activos de información y de los servicios que presta, además de contribuir a obtener y mantener la confianza de la audiencia, de los usuarios de sus sites en internet y de clientes y anunciantes. Mediaset España garantiza, además, que la información corporativa es custodiada de manera adecuada, cumpliendo con todas las leyes, normas y regulaciones en materia de protección de datos y sectoriales.

## Comité de Gestión de la Seguridad

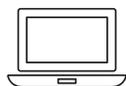
### COMPOSICIÓN



DIVISIÓN DE  
TECNOLOGÍAS



DIRECCIÓN DE  
AUDITORIA INTERNA



RESPONSABLE  
DE SEGURIDAD  
INFORMÁTICA



UNIDAD DE  
PROTECCIÓN DE  
DATOS



RESPONSABLE DE  
SEGURIDAD FÍSICA



RESPONSABLE DEL  
FICHERO

### FUNCIONES

REVISAR, APROBAR E IMPULSAR LA  
POLÍTICA DE SEGURIDAD

REVISAR Y APROBAR LOS PLANES A  
CORTO Y LARGO PLAZO RELACIONADOS  
CON LA SEGURIDAD.

REVISAR Y REALIZAR UN SEGUIMIENTO  
DE LAS INCIDENCIAS DE SEGURIDAD CON  
MAYOR CRITICIDAD.

VERIFICAR LAS MEDIDAS DE SEGURIDAD  
TÉCNICAS DEFINIDAS EN LA POLÍTICA

- Foro 'Ransomware', organizado por Computing y Redes y Telecom
- Jornada Summit Data Protection Officer & Cybersecurity 2017, organizada por IKN Spain
- Congreso e-Crime and Cybersecurity España, organizado por AKJ Associates

TEMAS ABORDADOS RELACIONADOS PRINCIPALMENTE CON LAS MEDIDAS NECESARIAS QUE EL GRUPO DEBE ACOMETER PARA IMPLANTAR EL NUEVO REGLAMENTO GENERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS, ASÍ COMO UNA REVISIÓN DE LOS CONTROLES YA IMPLEMENTADOS PARA GARANTIZAR LA PRIVACIDAD DE LOS DATOS. TAMBIÉN SE HAN TRATADO TEMAS RELACIONADOS CON LOS ACCESOS DIGITALES Y FÍSICOS DE LOS USUARIOS/EMPLEADOS/TERCEROS A LAS INSTALACIONES Y/O HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS DEL GRUPO.

**11** REUNIONES  
CELEBRADAS EN  
2017

## MEDIASET ESPAÑA CUENTA CON ALTA DISPONIBILIDAD Y REDUNDANCIA EN LOS SERVICIOS Y SISTEMAS DE INFORMACIÓN CONSIDERADOS CRÍTICOS.

La División de Tecnologías –con el apoyo del Comité de Gestión de la Seguridad- coordina y opera la seguridad técnica de los sistemas informáticos y de cualquier índole (sistemas IT, de Negocio e industriales)

El marco de actuación está fijado en la Política de Seguridad Corporativa y los procedimientos internos de actuación, que son de aplicación a los empleados y directivos de Mediaset España. También se dispone de protocolos y manuales técnicos, que conciernen al personal técnico y administradores de sistemas.

Mediaset España cuenta con alta disponibilidad y redundancia en los servicios y sistemas de información considerados críticos. Los requisitos de disponibilidad se marcan y revisan en el Plan de Continuidad del Negocio y se aplican tanto a los sistemas de emisión como al equipamiento informático y de suministros.

Se tiene establecido un procedimiento para el tratamiento adecuado de incidentes (Procedimiento de gestión de incidencias de seguridad) y se realizan simulaciones siguiendo las pautas que establece. Además, periódicamente se realizan revisiones y auditorías de vulnerabilidades de los sistemas y aplicativos, y se tiene establecidos controles de actividad de los usuarios.

A lo largo del año se ha continuado trabajando para transitar desde una actitud tradicionalmente reactiva en cuanto a la seguridad informática o ciberseguridad, hacia un enfoque más proactivo y transversal, focalizado en la prevención a través de la anticipación, desarrollando para ello proyectos de transformación digital, de ingeniería y desarrollo de aplicaciones y contemplando la seguridad informática en operaciones de sistemas, así como en iniciativas diferenciadas de negocio. En este sentido, ha resultado clave haber asignado recursos para el desarrollo de proyectos específicos en ciberseguridad y haber incluido partidas dedicadas a la Seguridad de la Información en otros proyectos.

También se ha incidido de manera importante en aumentar la implicación y colaboración con empleados de otros departamentos y áreas de la organización –además de la División de Tecnologías, se ha trabajado con Auditoría Interna, Recursos Humanos, Jurídico, etc.-. El Comité de Seguridad ha continuado activo y se han mantenido reuniones

periódicas con las áreas más afectadas en materia de Privacidad, para trasladar las principales novedades y tendencias en la materia. De esta forma, se busca hacer de la seguridad informática una práctica transversal que implique a la compañía en su conjunto.

En cuanto a los principales hitos de 2017, cabe destacar que la compañía ha emprendido un assessment de seguridad y ha realizado una renovación de su adecuación a la norma 27002 con el objetivo de optimizar determinados procesos, aunándolos a la norma 27001. Además, se ha establecido una estrategia a medio plazo en cuanto a iniciativas e inversiones en gestión de la seguridad de la información y gestión de la privacidad.

Por otra parte, se han llevado a cabo revisiones de vulnerabilidad de los aplicativos web y móviles tras la necesaria adopción de la filosofía de diseño y desarrollo responsive, con el fin de garantizar que no hubiera habido merma en la seguridad de los mismos.

Por último, en 2017 se ha elaborado un procedimiento para establecer pautas comunes en el manejo y envío de información sensible corporativa. Además, y como soporte tecnológico al procedimiento, se ha implantado una herramienta de Gestión de acceso y Derechos de la Información. Esta solución permite aplicar normas y políticas de Seguridad en la distribución de la información corporativa, así como realizar los seguimientos pertinentes.

EN 2017 SE HA ELABORADO UN PROCEDIMIENTO PARA ESTABLECER PAUTAS COMUNES EN EL MANEJO Y ENVÍO DE INFORMACIÓN SENSIBLE CORPORATIVA.

## Gestión de Crisis Cibernéticas

El 20 de abril Mediaset España participó en el proyecto “Gestión de Crisis Cibernéticas”, dirigido y organizado por la Asociación Española para el Fomento de la Seguridad de la Información, cuyos resultados satisfactorios para la compañía fueron presentados en la XIX Jornada Internacional de Seguridad de la Información. Esta iniciativa, patrocinada por varios fabricantes y apoyada académicamente por empresas relevantes, contó con el apoyo institucional del Departamento de Seguridad Nacional (DSN), Centro Nacional de Infraestructuras Críticas (CNPIC) y el Instituto Nacional de Ciberseguridad (INCIBE).

# GESTIÓN DE LA CADENA DE PROVEEDORES

## LOS PROVEEDORES MANIFIESTAN SU COMPROMISO CON UNA GESTIÓN ÉTICA Y RESPONSABLE.

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 en los contratos con sus proveedores cláusulas para garantizar un comportamiento empresarial responsable en toda su cadena de valor. Desde 2010 las empresas que colaboran con Mediaset España asumen desde el **contrato el compromiso de actuar de forma ética y responsable.**

En concreto, se apela al respeto de 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 y prohibir expresamente cualquier comportamiento que implique corrupción, soborno o extorsión. Además, se solicita que declaren respetar la legislación ambiental y fomentar el uso eficiente de los recursos limitados tales como la energía, el agua y las materias primas, en el desarrollo de su actividad.

Las principales contrataciones gestionadas por la Dirección de Compras y Servicios en 2017 fueron, al igual que en años anteriores, se concentraron en la **compra de material tecnológico**, así como a la **contratación de servicios profesionales y de producción**. En conjunto, estas compras han representado el 70% del de la contratación de productos y servicios del año.

## Tipología de proveedores de productos y servicios



TECNOLÓGICO

36%



OBRAS Y MANTENIMIENTOS

10%



SEGURIDAD

3%



RECEPCIONES, MOZOS, AUXILIARES

2%



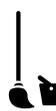
SERVICIOS PROFESIONALES

18%



PÚBLICO PROGRAMAS

6%



LIMPIEZA

3%



TRANSPORTES

1%



SERVICIOS DE PRODUCCIÓN

16%



VIAJES

3%



COMEDORES

2%



OTROS SUMINISTROS

1%

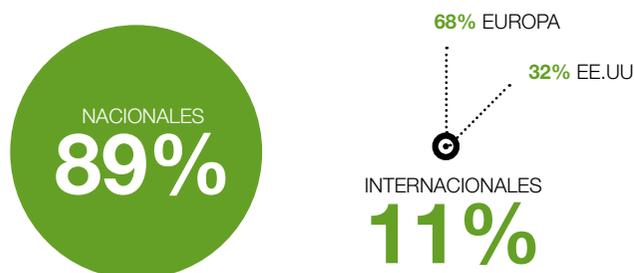
## LA CADENA DE SUMINISTRO DE MEDIASET ESPAÑA EN 2017 HA ESTADO FORMADA PRINCIPALMENTE POR PROVEEDORES DE ESPAÑA.

El material técnico adquirido en 2017 fue fundamentalmente hardware, software, cámaras, mezcladores, matrices, equipos de sonido y de imagen.

Los servicios profesionales estuvieron relacionados con el mantenimiento y el desarrollo de aplicaciones informáticas, servicios de consultoría y auditoría; y los de producción fueron, en su mayor parte, servicios vinculados a la escenografía, la iluminación de platós y el subtítulo.

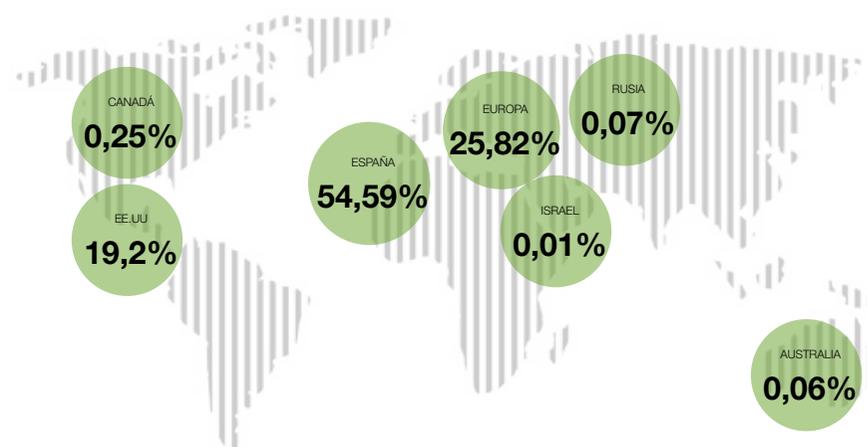
La cadena de suministro de Mediaset España en 2017 ha estado formada principalmente por **proveedores de España**. La contratación exterior ha respondido a la adquisición de servicios tecnológicos que han sido suministrados en la mayor parte de los casos por empresas europeas.

## Proveedores de Productos y servicios



Nota: Se considera que un proveedor es nacional si tiene CIF español y la factura se abona en España

En lo que respecta a la **distribución de los proveedores de derechos de emisión de contenidos**, en 2017 casi el 55% de la contratación ha correspondido a proveedores de derechos de emisión españoles, más del 25% a proveedores de otros países europeos, más del 19% a proveedores de Estados Unidos y Canadá y un 0,4% de la cifra de derechos adquiridos ha correspondido a empresas de otros países como Rusia, Australia e Israel.



## La gestión de las productoras participadas

Dentro de la cadena de proveedores las productoras desarrollan una labor clave para Mediaset España. A continuación se ofrece un perfil de aquellas participadas por la empresa.



### Independencia editorial

La libertad e independencia editorial se manifiesta en la completa autoridad de los directores de las producciones sobre el contenido editorial de su programa, desde la elaboración del guión a la edición de las piezas y, sobre todo, en el momento de su emisión si es un programa en directo.

### Calidad de los contenidos

La calidad de los contenidos en Producciones Mandarina viene definida por la calidad de los guiones, la estructura narrativa de cada programa y el perfil de los presentadores, colaboradores, invitados o los actores y sus personajes. También es muy relevante la calidad técnica que comprende el nivel de los registros audiovisuales, como la iluminación, el sonido y ambientación musical y el modelo de realización tanto de video como de grafismo creados para cada programa.

Además, la innovación en la creación de contenidos constituye un elemento fundamental para Producciones Mandarina. Por ello, el departamento de Nuevos Proyectos trabaja analizando y estudiando todas las novedades que se presentan, tanto en España como a nivel internacional, participando en ferias y captando las nuevas ideas y tendencias. La presentación de nuevos proyectos se hace, habitualmente, en reuniones en las que está presente el equipo de producción de contenidos de Mediaset España, quien para valorar los proyectos más interesantes suele solicitar el desarrollo completo de los contenidos del proyecto y la producción de un programa piloto o una demo en vídeo de la propuesta.

### Pluralidad y diversidad

El perfil de los programas es muy diverso, pero en todos ellos se mantiene el respeto por la diferencia y la diversidad de opciones y opiniones. En los programas de actualidad, se valora la variedad de las fuentes consultadas y la fidelidad a la realidad de las noticias; en los programas de entretenimiento o magazines, se valora la diversidad en el panel de invitados; en la ficción, se incluyen estos conceptos a través de la apuesta narrativa de los guiones. Ejemplo de ello han sido en 2017 los programas de entretenimiento o magazines como 'Qué tiempo tan feliz', donde se valora la diversidad de invitados y el trato cordial y amable de sus entrevistas. Programas de humor como 'Dani y Flo', donde se intenta entretener y divertir con una visión diferente de la actualidad y los invitados sorpresa que visitan el programa. Programas especiales como 'Camino al orgullo', donde a través de diferentes testimonios del colectivo LGTB se cuenta cómo se ha recorrido, en apenas 40 años, el camino que separa el rechazo y la represión de la igualdad y la libertad.

### Libertad de expresión

La actividad periodística se rige por el Código Ético de Producciones Mandarina, que establece la necesidad de que los presentadores, colaboradores, equipo de dirección y redactores cumplan los principios de veracidad, objetividad e independencia en la información que transmiten, así como los principios de libertad de expresión e información, del secreto profesional y de no discriminación en la generación de contenidos.

Por otra parte, la empresa se compromete a la rectificación de toda aquella información alejada del principio de veracidad, ejerciéndola en todos los casos en los que proceda.

### Derechos a la intimidad y el honor

En los contratos con los colaboradores y presentadores, se incluye una cláusula que solicita de forma específica el respeto al cumplimiento legal en todo lo relativo a los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen de las personas, asumiendo la responsabilidad frente a la productora en caso de vulneración de alguno de estos derechos.



## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

**42** **31**

Plantilla media en 2017

**49,03** **33,44**

Antigüedad media

**5,45** **6,29**

Todos los empleados de Producciones Mandarina están localizados en Madrid, aunque puntualmente puedan desarrollarse actividades en otras ciudades o provincias.

El 100% de la plantilla está cubierta por Convenio Colectivo. Convenio Colectivo Vigente: II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

## Derechos de propiedad intelectual

Mandarina trabaja con cesiones de derechos y contratos relacionados con imágenes, de presentadores, colaboradores, invitados, grabaciones telefónicas, grabación en interiores, interpretación musical, casting, sobre autorización de menores, etc. Se consideran cesiones cuando los materiales o las colaboraciones son gratuitas, y contratos cuando se desarrollan bajo una contraprestación económica.

En ambos casos, se ceden a Mandarina todos los derechos transmisibles de propiedad intelectual, comercialización e imagen que pudieran corresponderle sobre las grabaciones audiovisuales; y en el contrato se garantiza que las grabaciones audiovisuales no infringen ningún tipo de derecho de terceros, respondiendo frente a Producciones Mandarina de la titularidad y del ejercicio pacífico de dichos derechos.

## Proceso de control sobre contenidos

El proceso de control de contenidos parte de la Dirección de Contenidos, quien establece la línea editorial de los programas. Los directores de programa se encargan de gestionar y decidir sobre los contenidos. La Producción Ejecutiva tanto de Producciones Mandarina como de la cadena les supervisa.

## Beneficios sociales

- Flexibilidad horaria.
- Flexibilidad horaria especial para empleadas embarazadas y adecuación de funciones y actividades a sus necesidades.
- Ticket restaurante para todos los empleados y acuerdos con restaurantes sobre el precio del menú diario.
- Ruta de autobús para empleados.

## Formación impartida a la plantilla sobre salud y seguridad

En 2017, en cumplimiento de los requerimientos de la gestión de PRL, se facilitó formación on line a los empleados sobre 'Riesgos generales de la seguridad y la salud en el trabajo'.

## Estabilidad en el empleo

La elevada tasa de temporalidad del sector hace que en torno a un 70% de la plantilla actual haya prestado previamente sus servicios en algún otro proyecto de la productora. Con ello, Producciones Mandarina logra rentabilizar la formación y a su vez generar una mayor implicación y fidelidad.

## Gestión de los recursos energéticos

- Control horario de la climatización.
- Incorporación progresiva de iluminación LED.

## Gestión de residuos

- Reciclado de tóner: Biotoner Sistemas ecológicos
- Reciclado de Papel: ECO-SHREDDER S.L.U / SHRED-IT
- Gestión de componentes informáticos, ordenadores, monitores, telefonía y reproductores de vídeo: entrega en punto limpio.
- Todos los DISCK XDCAM y tarjetas de memoria son reciclados: se formatean y reutilizan en los nuevos programas que produzca Mandarina.

## Medios usados para grabaciones

El 60% de las grabaciones se efectúan en PROFESIONAL DISCK XDCAM HD, el 30% las grabaciones se efectúan en PROFESIONAL DISCK XDCAM y el otro 10% se efectúa sobre tarjetas de memoria determinadas por el modelo y marca de la cámara que se utilice; tarjetas SD, compact flash, Panasonic P2.

## Movilidad

- El transporte de preferencia es el tren. Se consideran otros medios de transporte si los plazos y el traslado de equipos y materiales lo exigen. En este caso se recurre al avión, furgoneta y coche para traslados locales en la Comunidad de Madrid.
- Producciones Mandarina cuenta con dos coches diésel de renting con un contrato de 30.000km anuales.



## Derechos a la intimidad y el honor

Se incorporan estipulaciones contractuales específicas a todos los colaboradores y/o participantes en los programas sobre la necesidad de no incurrir en transgresiones en los derechos a la intimidad o al honor de terceros.

## Beneficios sociales o medidas de conciliación

- Ticket restaurante a todo empleado cuya jornada de trabajo implique hora de descanso para comer.
- Flexibilidad horaria
- Seguro médico.
- Cursos de formación.

## Libertad de expresión

Gran parte de los programas producidos por La Fábrica de la Tele tienen un importante componente de opinión y debate. Se procura que los asuntos a abordar integren distintas perspectivas y que las posturas se encuentren equilibradas. Desde esta perspectiva, se considera un valor fundamental que quienes intervengan ejerzan sin más restricciones que las legalmente establecidas su derecho a la libertad de expresión. Como quiera que efectivamente la libertad de expresión también encuentra límites en el debate público, a todos los colaboradores y/o participantes de los programas se les advierte, incluso con la incorporación de estipulaciones contractuales específicas, sobre la necesidad de no incurrir en transgresiones en los derechos a la intimidad o al honor de terceros.

## Formación en PRL

La empresa realiza cursos de prevención de riesgos laborales como los relacionados con pantallas de visualización de datos, plan de incendios, formación en oficinas y formación en seguridad. Sin embargo, en 2017 no se ha impartido ningún curso de PRL ya que el 90% de la plantilla contaba con formación realizada en un plazo inferior a 2 años.

## Gestión de los recursos energéticos

Sistema de control automatizado de luces y climatización en las oficinas.

## Gestión de residuos

Recogida selectiva y reciclaje de plásticos, papel y tóner: ARCE RECUPERACIONES.

Las grabaciones se conservan en medios digitales como DISCOS XDACM y tarjetas P2. Para evitar un consumo innecesario se reutilizan ambas. El caso de los discos XDCAM, una vez digitalizado su contenido el departamento de documentación borra los discos para su reutilización.

## Derechos de propiedad intelectual

Buena parte de los contenidos audiovisuales que nutren los programas o bien son titularidad de la cadena televisiva que los emite, o bien son suministrados por agencias de prensa, bancos de imágenes y empresas de reconocida implantación que gestionan los derechos de propiedad intelectual o terceros. En todo caso la utilización de obras o contenidos sometidos a derechos de propiedad intelectual de terceros están soportados por un documento de cesión de derechos. La firma de este documento es indispensable para poder hacer uso de la obra o contenido

## Proceso de control sobre contenidos

Además de su órgano directivo, la compañía se estructura en dos grandes áreas o departamentos: el de contenido y el de producción. Cada uno de dichos departamentos cuenta con una coordinadora que aglutina y organiza, en sus respectivos ámbitos de competencias, los equipos que participan en la producción del programa.

La responsabilidad sobre los contenidos del programa descansa en primera instancia en su director, quien parte, en todo caso, de las directrices establecidas por la coordinadora de contenidos y el órgano directivo cuyo criterio es, asimismo, muy relevante en la definición de contenidos y la determinación de la versión definitiva del programa. El último filtro respecto a los contenidos viene determinado por la cadena televisiva encargada de su emisión.

## Estabilidad en el empleo

La plantilla de la empresa está constituida por personal que pertenece a la estructura de la compañía con contratos de carácter indefinido y por trabajadores vinculados laboralmente a la empresa en virtud de contratos por obra o servicio. Estos últimos son contratados normalmente para proyectos respecto a los que existe un encargo de producción, se procura mantener equipos estables y, si encajan en el perfil, contar con los mismos trabajadores para sucesivas producciones audiovisuales.

## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

**148** **137**

Plantilla media en 2017

**153** **141**

Antigüedad media

**3A 5M 9D** **3A 8M 5D**

Toda la plantilla se encuentra cubierta por Convenio Colectivo. El Convenio Colectivo vigente es el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

## Derechos a la intimidad y el honor

Todos los colaboradores de Supersport se comprometen a respetar el honor y la intimidad en todas sus intervenciones y colaboraciones.

## Derechos de propiedad intelectual

Los empleados de Supersport, así como sus colaboradores externos, ceden mediante una cláusula en el contrato todos los derechos de propiedad intelectual, industrial y de imagen renunciables en favor de Supersport y Mediaset España, quienes ostentan el derecho a su explotación. Todas las denominaciones originales pueden ser registradas como Marcas por parte de Mediaset España.

## Formación

En 2017, en cumplimiento de los requerimientos de PRL, se ha facilitado formación a los empleados sobre pantallas de visualización.

## Control de los contenidos

En Supersport la independencia editorial, la calidad de los contenidos, la pluralidad y diversidad y la libertad de expresión vienen garantizadas por la labor de la Dirección Editorial de Mediaset España. Esta Dirección define la línea editorial que se transmite y es implementada a través de los editores de los programas y los coordinadores de las áreas a todos los miembros de cada redacción.

## Estabilidad en el empleo.

La plantilla de Supersport es muy estable dada la naturaleza de los programas que se producen mayoritariamente (informativos diarios de deportes).

## Convenio colectivo

Los empleados de Supersport están bajo el II Convenio Colectivo de la industria de la producción audiovisual (Técnicos).

## Beneficios sociales o medidas de conciliación

- Seguro de vida.
- Comida.
- Formación.
- Parking de empresa.
- Acceso a transporte público (lanzadera a Cercanías y Metro).
- Retribución flexible: Ticket guardería y seguro médico.

## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

48 31

Plantilla media en 2017

54,4 37,9

Antigüedad media

3A 8M 14D 3A 9M 6D

# megamedia

## Derechos a la intimidad y el honor

Todos los colaboradores de Megamedia se comprometen a respetar el honor y la intimidad en todas sus intervenciones y colaboraciones.

## Derechos de propiedad intelectual

Los empleados de Megamedia, así como sus colaboradores externos, ceden mediante una cláusula en el contrato todos los derechos de propiedad intelectual, industrial y de imagen renunciables en favor de Megamedia y Mediaset España, quienes ostentan el derecho a su explotación. Todas las denominaciones originales pueden ser registradas como Marcas por parte de Mediaset España.

## Control de los contenidos

La Dirección Editorial de Mediaset España define la línea editorial de Megamedia. Ésta se transmite y es implementada a través de los coordinadores de las áreas a todos los miembros de las redacciones.

## Convenio colectivo

Los empleados de Megamedia están bajo el Convenio de Oficinas y Despachos de Madrid.

## Beneficios sociales o medidas de conciliación.

- Seguro de vida
- Comida
- Formación
- Parking de empresa
- Acceso a transporte público (lanzadera a Cercanías y Metro)
- Retribución flexible: ticket guardería y seguro médico

## Formación

En 2017, en cumplimiento de los requerimientos de PRL, se ha facilitado formación a los empleados sobre pantallas de visualización.

## Datos de plantilla



Plantilla a 31 de diciembre de 2017

107 65

Plantilla media en 2017

94,4 59,6

Antigüedad media

2A 2M 3A 2M 29D

# GESTIÓN DE LOS CONTENIDOS

## LOS PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD PERIODÍSTICA SE ENCUENTRAN REFLEJADOS EN EL CÓDIGO ÉTICO DE MEDIASET ESPAÑA.

Mediaset España es consciente de la responsabilidad que tiene en el mercado audiovisual español y, en general, en la sociedad de la información. En este sentido, y sin olvidar la prevalente función de entretenimiento de los canales del Grupo, la compañía considera que la gestión responsable de los contenidos que emite representa un aspecto indispensable para la sostenibilidad del negocio. Por ello, tanto la actividad periodística como la de entretenimiento se encuentra enmarcada en un modelo de gestión que parte del Código Ético y se nutre y complementa con los diferentes procesos internos de creación y difusión de contenidos.

Teniendo presente el papel que tienen atribuido los medios de comunicación independientes en una sociedad democrática, Mediaset España lleva a cabo su actividad periodística con una rigurosa aplicación de estándares éticos que regulan la actividad y garantizan el cumplimiento de los aspectos editoriales fundamentales para desempeñar su rol con excelencia.

Los principios que rigen la actividad periodística, recogidos en el Código Ético de Mediaset España, establecen la necesidad de que los periodistas desarrollen su trabajo bajo el estricto cumplimiento de los principios de veracidad, objetividad e independencia en la información que transmiten. Del mismo modo, en el ejercicio de su labor deben observar el cumplimiento de los principios de libertad de expresión e información, del secreto profesional y de no discriminación, garantizando la independencia editorial con mecanismos internos de actuación definidos para preservar de cualquier interferencia gubernamental, técnica o de otra índole, en la generación de contenidos.

Por otra parte, Mediaset España se encuentra plenamente comprometida con la rectificación de toda aquella información alejada del principio de veracidad, ejerciéndola en todos los casos en los que proceda, utilizando el mismo medio donde se emitió la información a la que haga referencia.

La pluralidad y diversidad de fuentes de información, así como la participación activa de diversos sectores de la sociedad, son aspectos relevantes que Mediaset España integra tanto en sus informativos, como en las tertulias de sus programas, procurando equilibrar la participación de las diferentes tendencias y opiniones a efectos de ofrecer servicios audiovisuales de calidad, en la que todos los públicos están contemplados.

## Aspectos editoriales fundamentales



LA PLURALIDAD Y DIVERSIDAD DE FUENTES DE INFORMACIÓN, ASÍ COMO LA PARTICIPACIÓN ACTIVA DE DIVERSOS SECTORES DE LA SOCIEDAD, SON ASPECTOS RELEVANTES QUE MEDIASET ESPAÑA INTEGRA EN SUS INFORMATIVOS.

## Gestión de contenidos informativos

Los informativos de Telecinco son habitualmente los más vistos de todas las cadenas nacionales y ello se debe a su credibilidad informativa. Ésta se sustenta en el valor de sus presentadores y editores informativos, capitaneados por Pedro Piqueras, reconocido periodista de altísima credibilidad e independencia.

Los informativos de Mediaset España no dan opinión, sino que aportan al espectador los datos y la información necesaria para que valore los hechos de forma crítica y saque sus propias conclusiones. Por su parte, en los programas de debate se incorporan representantes de todas las tendencias y posturas, para que los espectadores tengan la posibilidad de confrontar opiniones plurales.

La inmediatez de la información difundida cada vez más a través de las redes sociales obliga a los medios a filtrar, contrastar e informar en el mínimo periodo de tiempo y sin descuidar el rigor informativo necesario. Para ello, la redacción de los informativos de Mediaset España comprueba la fuente y procura contrastarla con una segunda fuente, y en caso de no tener la seguridad de que las imágenes puedan ser reales, éstas no se emiten.

- **Comité editorial semanal**, con los máximos responsables de la compañía para repasar los hitos informativos.
- **Reuniones diarias de redacción** para repasar los contenidos a emitir, así como los contenidos emitidos, analizando aquellos que no se hubiesen ajustado al planteamiento editorial previamente definido.
- **Contacto permanente** entre periodistas y responsables de áreas para actualizar la información.
- **Control diario** de la emisión de contenidos sujetos a propiedad intelectual.
- **Citación de las fuentes** cuando son públicas y consienten en ser citadas; confidencialidad de las fuentes cuando así lo solicitan.

Los informativos de Tele5 y Noticias Cuatro producen entre el 80 y el 90% del contenido de la emisión. Cada imagen o contenido que no es de producción propia se recepciona a través de una sala técnica de enlaces que está sujeta a una escaleta previa de Producción, en la cual se registra, entre otros aspectos, la procedencia de los derechos, lo que obliga al abono de los mismos. A su vez, pasa al departamento de Documentación donde queda registrado la fuente, el origen y los derechos referidos que procedan, para atender a su control posterior. En este sentido, se produce un bloqueo del acceso al contenido en función de la limitación de derechos a la que esté sujeto. De esta forma, se ejecuta un control de la propiedad intelectual de los contenidos, como filtro previo y posterior a la emisión de los mismos.

Para el uso de puntual de imágenes de libre acceso disponibles en redes sociales, se activa un proceso de contacto con el autor y negociación de las condiciones del uso de las mismas (derecho de cita, abono exclusivo de las imágenes, abono parcial con o sin restricciones, etc.)

Por otra parte, en la inclusión de música o de secuencias cinematográficas, existe una declaración de usos que se hace en cada montaje y que se remite directamente al departamento de la Unidad Editorial de Mediaset España, el cual ejecuta las liquidaciones oportunas a la SGAE.



**Las redes sociales son una fuente inagotable de vídeos e imágenes y la interacción con los usuarios es muy rápida y eficaz. Los comentarios sobre las noticias permiten también analizar las reacciones de los lectores sobre las mismas, comentarios que son moderados por un equipo de las webs de Mediaset España.**



## LA INNOVACIÓN EN LA CREACIÓN DE CONTENIDOS CONSTITUYE UN ELEMENTO FUNDAMENTAL PARA MANTENER EL LIDERAZGO EN EL SECTOR AUDIOVISUAL DEL QUE GOZA MEDIASET ESPAÑA.

### Gestión de contenidos de entretenimiento

La innovación en la creación de contenidos constituye un elemento fundamental para mantener el liderazgo en el sector audiovisual del que goza Mediaset España. Para ello, el Área de Nuevos Proyectos trabaja arduamente y en contacto permanente con las productoras y distribuidoras a efectos de estar al tanto de todas las novedades que se presentan, tanto en España como a nivel internacional, participando en ferias, captando las nuevas tendencias y recogiendo los nuevos productos que se ofrecen para valorar su integración en las parrillas del Grupo.

La recepción de nuevos proyectos se hace, habitualmente, en reuniones en las que está presente el equipo de producción de contenidos y, en la medida de lo posible, se procura contar con la presencia del Director del Área de Producción e incluso con la del Director General de Contenidos de Mediaset España. En ellas, resulta sumamente importante conocer, desde un primer momento, el tipo de material que ofrecen los productores externos. Habitualmente suele darse respuesta a las propuestas en las propias reuniones, ya sea rechazándolas por no ser de interés para la compañía, o bien solicitando a los productores que trabajen el material que están proponiendo. En este caso, lo habitual es que se pida el desarrollo completo de los contenidos del proyecto ofrecido e incluso, la elaboración de un programa piloto o una demo en vídeo de la propuesta, para poder valorar su posible funcionamiento en televisión.

En el caso de que el equipo de producción de contenidos reciba directamente algún proyecto, lo reporta al Director del Área de Producción y también, en la mayoría de los casos, al responsable de producción de contenidos del canal que se considere más afín al proyecto recibido. El equipo analiza la propuesta y valora si la misma resulta de interés para la compañía.

Una vez que se aprueba el proyecto, la División de Antena participa en la fase de gestión de contenidos para la optimización del producto. En este sentido, analiza los contenidos para su posterior ubicación en parrilla valorándolos en relación a su clasificación por edades o el público al que está destinado, entre otros, a efectos de desarrollar

estrategias de programación tales como las mejores fechas de estreno, la estrategia de marketing de contenidos, la definición de campañas de lanzamiento, los mejores formatos para reforzar la comunicación en antena y demás actividades relativas al posicionamiento del programa para lograr su mejor rendimiento.

A efectos de que la creación de contenidos se encuentre alineada con los valores de la compañía y el Código Ético, Mediaset España tiene definido e implantado un sistema de control piramidal, donde se evalúan y monitorean los contenidos generados.

El **Comité Editorial**, junto con la Dirección de Contenidos, define las líneas editoriales. Estas directrices, que van desde el objetivo del programa a la franja horaria en la que se emitirá o el lenguaje que deberá utilizarse, se trasladan a las productoras y son los Productores Ejecutivos los responsables del seguimiento de su adecuada implantación.

Semanalmente, el **Comité de Contenidos** aborda cuestiones relativas a los contenidos de los programas y sus temáticas en los distintos canales del Grupo, así como la programación de los mismos.

La **programación en directo** es evaluada y monitorizada por la compañía mediante reuniones diarias 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. A su vez, es supervisada por 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 programas si fuera necesario.

La **programación en diferido** cuenta también con sistemas de control por parte de Mediaset España, que se inician con la definición de las directrices sobre los contenidos de los programas y su traslado a las productoras. Posteriormente, una vez que los programas son generados y remitidos por las productoras, Mediaset España realiza su visionado para evaluar, entre otros aspectos, la adecuación a sus directrices, al Código Ético, al respeto de los derechos humanos, de los derechos de los menores así como del derecho a la intimidad de las

## LA CREACIÓN DE CONTENIDOS SE ENCUENTRA ALINEADA CON LOS VALORES DE LA COMPAÑÍA Y EL CÓDIGO ÉTICO.

CON EL OBJETIVO DE ADECUAR LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS OFRECIDOS A LAS EXPECTATIVAS DE LA AUDIENCIA, MEDIASET ESPAÑA LLEVA A CABO REUNIONES PERIÓDICAS DE ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN ASÍ COMO DE LAS AUDIENCIAS OBTENIDAS.

personas. Una vez realizado este control, se trasladan las observaciones a las productoras para que éstas adapten los contenidos a las mismas y, posteriormente, vuelvan a remitir los programas a Mediaset España para un nuevo análisis y control.

En el caso de programas en los que participan menores, a los controles mencionados se añade el envío del programa, con carácter previo a su emisión, a la Fiscalía de Menores para su aprobación.

En sus reuniones de trabajo, los Productores Ejecutivos realizan revisiones de guiones y escaletas, así como el visionado de programas, que en el caso de que sean grabados, se realiza con anterioridad a su emisión.

Adicionalmente a estos procesos periódicos, trimestralmente se reúne el **Comité de Autorregulación**, al que acuden responsables de la División de Antena, de la División de Producción de Contenidos y del Área de Relaciones Institucionales, para analizar las quejas y reclamaciones recibidas, transmitiendo los resultados de dichas reuniones a las productoras, a efectos de corregir y mejorar en el futuro los contenidos susceptibles de mejor adecuación.

Finalmente, la categorización de los contenidos audiovisuales a emitir se define en el marco de la autorregulación de contenidos, con la aplicación del nuevo "Sistema de Calificación por edades de productos audiovisuales", suscrito por los operadores de televisión en abierto en 2015 y bajo supervisión de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Bajo este **marco de autorregulación**, deben calificarse todos los contenidos televisivos, a excepción de los programas informativos y las retransmisiones de acontecimientos (deportivos, musicales, culturales, políticos, corridas y encierros taurinos). Para dicha calificación se analiza si el contenido contiene una o varias de las siete categorías de contenidos potencialmente perjudiciales identificadas en el Sistema (violencia, miedo o angustia, sexo, discriminación, drogas y sustancias tóxicas, conductas imitables y leguaje), las cuales se valoran independientemente. La presencia, verbal o visual, intensidad, realismo o frecuencia de estos contenidos en el programa determinará la edad por debajo de la cual su visionado no es recomendable. En función de la calificación por edad se determina la franja horaria en la que podrá emitirse cada programa.

### Satisfacción de la audiencia

- **Consulta diaria a hogares/individuos** a través de audímetros (Kantar Media)
- **Estudios cualitativos** - Focus Group (9 en 2017)
- **Estudios de neuromarketing+** cuestionarios de opinión (12 en 2017)



Para alinear la oferta televisiva a las preferencias de la audiencia...

Estudios sobre las preferencias de un grupo de espectadores

Estudios sobre el grado de conocimiento de los canales temáticos de la cadena

Análisis del posicionamiento de los canales temáticos en el mando de televisión, entre otros.



La **protección de la propiedad intelectual** viene dada por los contratos de cesión firmados con los productores de las obras y el registro por parte de Mediaset España de los nombres de todos los programas (sus marcas).

En el caso de las músicas que se crean para un programa específico de Mediaset España, éstas pasan a formar parte del catálogo de Grupo Editorial Telecinco. Se firma un contrato editorial con cada uno de los autores de dichos temas y 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.

En cuanto a la **divulgación de contenidos mediante la autopromoción** de los productos de Mediaset España, ésta depende de la división de Antena. Las líneas editoriales de las campañas de autopromoción se gestionan bajo la dirección y supervisión de la directora de Antena, junto con la Subdirección del Departamento de Autopromociones y con la colaboración de los Directores de Programación y de Marketing. Para ello, se establece una colaboración muy estrecha con los Departamentos de Producción Propia y de Ficción, así como con las productoras que realizan los programas, con el objetivo de alcanzar un consenso en los conceptos que se quieren promocionar, donde la finalidad de una campaña de promoción es atraer al máximo número de espectadores al programa.

Una vez definidas las líneas editoriales y consensuado el tipo de público al que deben dirigirse las campañas, el equipo creativo de la **Subdirección de Autopromociones** crea los diferentes elementos de la promoción, manteniendo una constante comunicación con la Dirección de la División de Antena, a efectos de su supervisión y con la finalidad de que se cumplan las directrices editoriales de las promociones definidas por Dirección de Mediaset España.

A efectos de potenciar la divulgación de contenidos, Mediaset España pone su programación a disposición de su audiencia también a través de la plataforma web, ampliando de este modo el abanico de posibilidades de acceso a los contenidos, que se ve complementado por los acuerdos para la difusión de contenidos propios a través de las nuevas plataformas de pago.

Con el objetivo de adecuar la calidad de los contenidos ofrecidos a las expectativas de la audiencia, Mediaset España lleva a cabo reuniones periódicas de análisis de la programación así como de las audiencias obtenidas, a la vez que encarga a empresas independientes la realización de estudios de mercado sobre contenidos televisivos. Estos estudios combinan análisis cualitativos con análisis de las redes sociales, junto con análisis característicos del sector audiovisual.

A EFECTOS DE POTENCIAR LA DIVULGACIÓN DE CONTENIDOS, MEDIASET ESPAÑA PONE SU PROGRAMACIÓN A DISPOSICIÓN DE SU AUDIENCIA TAMBIÉN A TRAVÉS DE LA PLATAFORMA WEB.

EN 2017, EL CONSUMO DE LOS CONTENIDOS DE MEDIASET ESPAÑA DESDE DISPOSITIVOS MÓVILES (SMARTPHONES + TABLETS) HA CONFIRMADO SU TENDENCIA CRECIENTE.

## Gestión de los contenidos en Internet

El universo multimedia de la compañía está formado por las webs de las principales cabeceras (telecinco.es, cuatro.com, divinity.es, energytv.es, factoriadeficcion.com, bemad.es), Mitele.es (plataforma de TV en directo y a la carta de Mediaset), Radioset.es (web de la radio online de Mediaset), Eltiempohoy.es (web del tiempo de Mediaset), Mtmad.es (web de contenido exclusivo para internet de Mediaset), Yasss.es (web para jóvenes curiosos) y Mediaset.es (web de contenidos corporativos). A ello se suman las apps de sus principales contenidos (Mitele, Mediaset Sport, Gran Hermano y La Voz) y las redes sociales de cada canal, así como de cada programa o serie (Facebook, Twitter e Instagram). Todo ello enfocado a que el usuario pueda disfrutar de los contenidos cuando y donde quiera y pueda ser partícipe de ellos.

En 2017, el consumo de los contenidos de Mediaset desde dispositivos móviles (smartphones + tablets) ha confirmado su tendencia creciente, habiendo superado el 76% de los contenidos consumidos a través de plataformas digitales. Al igual que el año anterior, ha aumentado el consumo móvil y también el de aplicaciones, el de TV a la carta y en directo y el de TV conectada. En particular, el consumo en Smart TV ha superado en diciembre de 2017 los 680.00 visitantes únicos al mes, según Omniture.

Los contenidos de Mediaset España están disponibles a la carta inmediatamente después de la emisión del programa o la serie en TV y pueden ser consumidos, sin ningún coste para el usuario, en la web (PC, móviles y tablets) o a través de la app de Mitele, disponible en iOS y Android. Adicionalmente, en las propias webs los usuarios encuentran contenidos adicionales exclusivos que no se encuentran en ninguna otra plataforma, ampliando la vida de los contenidos.

En este escenario online donde existen cada vez más competidores y donde es necesario adaptarse tecnológicamente de forma rápida, Mediaset España ha acometido en 2017 una transformación tecnológica de envergadura, para que el diseño y la navegación de todas sus webs sea responsive.

A través de sus propias apps de Mediaset España, la audiencia toma decisiones importantes en los programas más vistos, a la vez que tienen la oportunidad de generar contenidos interviniendo en los concursos o iniciativas que requieren de su participación, a través del envío de respuestas, o bien, subiendo contenidos generados por ellos tales como fotos o vídeos, a los espacios de la plataforma web que se activan para iniciativas concretas (user generated content), que cuentan con



Todas las webs de Mediaset han estrenado diseño y arquitectura responsive en 2017, lo que las convierte en más navegables y accesibles desde cualquier dispositivo. Las mejoras tecnológicas incorporadas están enfocadas a conseguir una carga optimizada de los contenidos del Grupo. Además de eficaz, la carga de contenidos es progresiva en el nuevo entorno, de manera que los usuarios consumen datos móviles a medida que demandan información, a efectos de no sobrecargar ningún dispositivo (menor consumo de datos/ menor consumo de memoria y batería para los usuarios). El nuevo diseño también ha permitido mejorar la presencia de formatos publicitarios sin penalizar la navegación del usuario.

UN EQUIPO DE PERSONAS, EN DEPENDENCIA DE LA DIRECCIÓN DEL ÁREA MULTIPLATAFORMA, EVALÚA TODOS LOS COMENTARIOS RECIBIDOS Y LAS RESPUESTAS A LAS ENCUESTAS Y VOTACIONES LANZADAS A TRAVÉS DE LOS DISTINTOS MEDIOS HABILITADOS.

una moderación previa antes de su publicación. Del mismo modo, los usuarios pueden reflejar sus opiniones, quejas, sugerencias o preguntas a través de los distintos buzones de contacto de Mediaset España. De esta forma, a través de las distintas plataformas, tanto propias como externas, se recogen opiniones, se interactúa con los usuarios y se facilita la participación de estos en la creación de contenidos.

Un equipo de personas, en dependencia de la Dirección del Área Multiplataforma, evalúa todos los comentarios recibidos y las respuestas a las encuestas y votaciones lanzadas a través de los distintos medios habilitados, así como también atiende las solicitudes de la audiencia realizadas a través de las redes sociales, espacios de opinión abiertos a pie de las noticias, vídeos y fotografías, buzón de correo electrónico de atención continua al usuario u otros medios de comunicación utilizados. En función del tipo de comentario, este equipo evalúa las respuestas recibidas en coordinación con las productoras de cada contenido, o bien solicita al Departamento Jurídico de la compañía su asesoramiento. De este modo, la compañía incorpora y tiene en cuenta las opiniones e inquietudes de los usuarios y espectadores.

Para apoyar esta labor y facilitar la obtención de información que permita responder a las solicitudes de la audiencia, Mediaset España recibe diariamente alertas automatizadas con información relevante acerca de lo que se comenta en las distintas redes sociales sobre los contenidos de los canales de la compañía, realizando internamente toda la labor de moderación y control de los mismos.

### Interacción con la audiencia

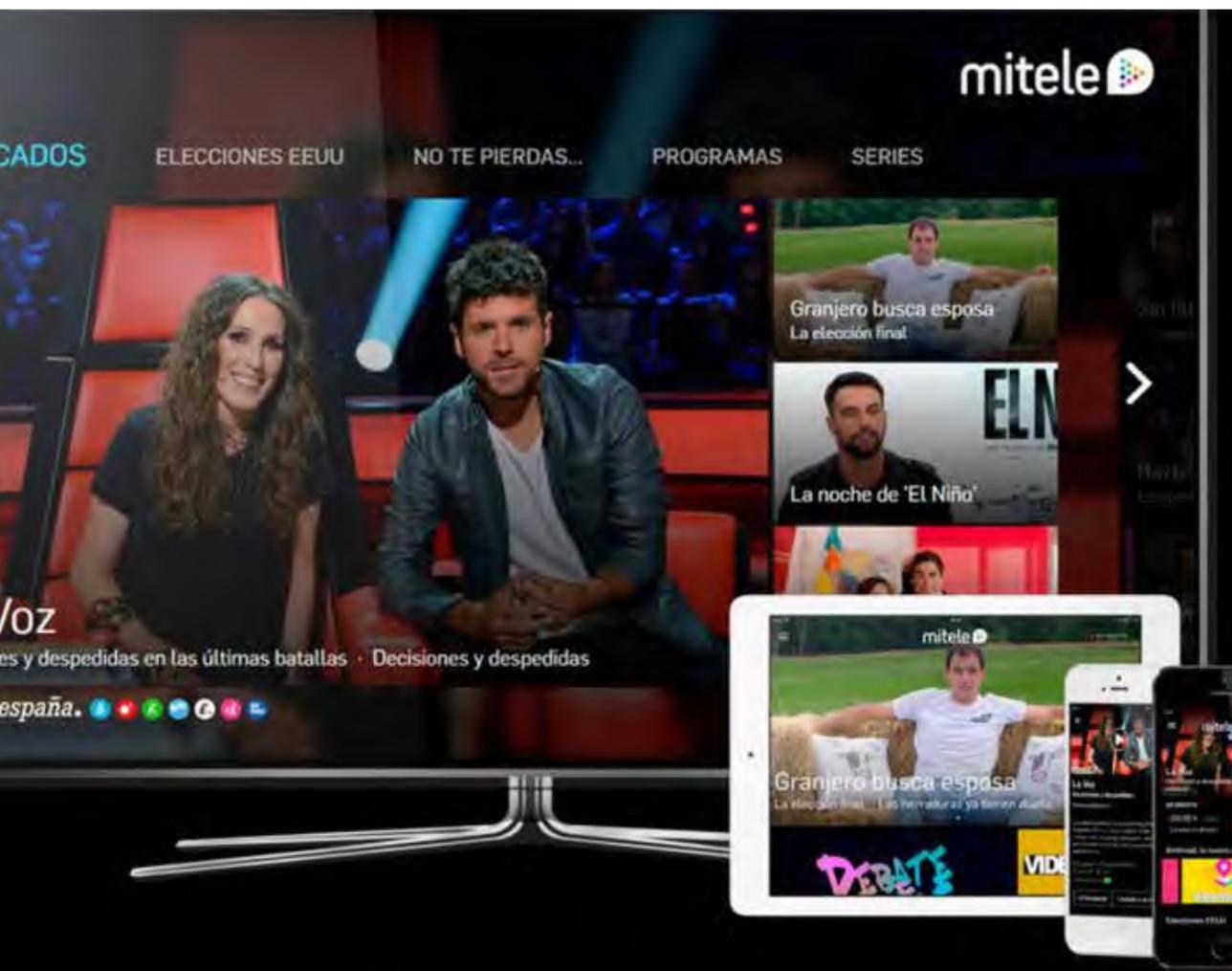
- Webs de cada cadena.
- Apps de los programas.
- Redes sociales de cada canal/programa.
- Buzones de contacto de Mediaset España.
- Encuestas, triviales o juegos interactivos (mediante Playbuzz)



**Por una parte, las plataformas digitales de Mediaset reproducen los contenidos que se emiten en cualquiera de las cadenas de televisión del grupo, por lo que se reproducen también los mecanismos para garantizar el respeto a los valores corporativos referentes a la creación de contenidos. Los responsables de las plataformas web velan para que en la edición posterior por parte del equipo de redactores web no haya ningún sesgo respecto al contenido original.**

**Por otra, generan contenido exclusivo, no sólo sobre los programas y series que se emiten en TV, sino también sobre contenidos al margen de la televisión, donde entran a funcionar los controles detallados precedentemente. Los usuarios que generan contenidos garantizan que son los titulares legítimos de los derechos de explotación sobre los contenidos que aportan y, por tanto, responsables de los mismos, autorizando a la compañía a comunicarlos públicamente a través de las distintas plataformas.**

**Mediaset España cuenta con procedimientos para controlar el flujo de contenidos a las distintas plataformas, para garantizar el debido ejercicio de los derechos de propiedad intelectual y se llevan a cabo auditorías técnicas para revisar su correcta aplicación. Adicionalmente, cuenta con un servicio externo de monitoreo de contenidos en Youtube, mediante el cual se rastrea y elimina de este canal todos aquellos contenidos propiedad del Grupo.**



**MEDIASET ESPAÑA UTILIZA AMPLIAMENTE LAS PLATAFORMAS DIGITALES COMO VÍAS DE DIVULGACIÓN DE SUS CONTENIDOS AUDIOVISUALES Y COMO MECANISMOS DE INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA.**

Mediaset España está muy pendiente de la conversación en redes sociales, con una atención las 24 horas, no sólo para mantener la relación con sus usuarios, sino también para conocer lo que se habla sobre sus programas y series. A su vez, dispone de un Formulario de Contacto en cada una de las webs, a través del cual el usuario puede hacer llegar sus quejas, reclamaciones o sugerencias.



La generación de un entorno seguro de navegación para los menores se ve reflejada en la opción de Control Parental disponible en Mitele.es para los usuarios registrados, en todos los dispositivos. Por otra parte, en las webs con contenidos específicos para público infantil y juvenil la publicidad que se emite está segmentada para evitar la promoción de productos o servicios inadecuados para menores de edad y los contenidos son todos acorde a estos criterios para favorecer una navegación en un entorno seguro. Por ejemplo <http://www.mitele.es/teens> o <http://www.cuatro.com/generacionpro>

La protección de datos personales de los usuarios que interactúan en las webs y apps de Mediaset se ve garantizada por la rigurosa aplicación de la Política de Seguridad Corporativa. El marco de actuación que permite garantizar la protección de datos personales se desarrolla en el apartado "Protección de Datos".

En cuanto a los contenidos de publicidad emitidos en las webs de la compañía, Publiespaña lleva a cabo el control y supervisión de los mismos.

LA ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS CONSTITUYE UN ASPECTO FUNDAMENTAL DE LA RESPONSABILIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

## Accesibilidad de los contenidos

La accesibilidad de los contenidos constituye un aspecto fundamental de la responsabilidad de los medios de comunicación. Por ello, Mediaset España mantiene año a año su compromiso de hacer accesible su programación a las personas con discapacidad visual o auditiva, como instrumento de integración social y cultural de estos colectivos.

En este sentido, a través de sus canales ha emitido multitud de series, películas y programas con subtítulos, traducidos en lengua de signos o con audiodescripción.

### Subtitulado emitido por cada una de las cadenas del Grupo

CANAL	TOTAL 2017
	6.546 horas
	5.586 horas
	5.521 horas
	5.797 horas
	6.163 horas
	6.389 horas
	5.941 Horas
	<b>41.943 Horas</b>

En 2017 las cadenas de Mediaset España han emitido más de 41.000 horas de programas subtítulos, habiendo incrementado en más de un 6% los contenidos emitidos bajo este formato, respecto del año anterior.



## Número de programas emitidos en 2017 por tipología de contenido

	Nº
Animación	73
Cine	1.294
Concursos	42
Dating	5
Deportes	6
Documentales	7
Docu-reality	145
Especiales	13
Eventos deportivos	25
Galas	5
Informativos	15
Magazines	16
Makeover	2
Musicales	10
Reality-show	22
Reportajes	9
Series	130
Talk-show	20
Zapping	8

El cine ha ocupado el 70% de los programas con subtítulo emitidos por las cadenas.

## Horas de contenidos emitidos con audiodescripción en 2017

	5	6	7	d.	E.	Boing	BE MAD	Total
ZAPPING	116:08:40	275:58:27	125:18:22	135:45:47	202:11:46		3:56:40	859:19:42
SERIES			668:31:07					668:31:07
DOCU-REALITY		185:02:02					80:55:52	265:57:54
ANIMACIÓN						131:38:23		131:38:23

Todos los canales emitieron contenidos con audiodescripción, alcanzando una emisión total de más de 1.920 horas bajo este formato, un 7% más respecto del año anterior.

## Horas de contenidos emitidos en lengua de signos en 2017

	5	6	7	d.	E.	Boing	BE MAD	Total
ZAPPING	116:08:40	275:58:27	125:18:22	135:45:47	202:11:46		3:56:40	859:19:42
DOCU-REALITY		185:35:19					80:55:52	266:31:11
ANIMACIÓN						131:38:23		131:38:23

En 2017 se han emitido más de 1.256 horas de contenidos traducidos en lengua de signos, casi un 30% más que el año anterior.

# GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA

La diversidad de los contenidos de los canales de Mediaset España y la propia dimensión empresarial de la compañía convierte su relación con los medios en una tarea estratégica.

La Dirección de Comunicación y Relaciones Externas es la encargada de promocionar y difundir los valores y el liderazgo de la compañía, sus fortalezas y sus principales actividades, así como de salvaguardar la reputación corporativa. En este sentido, enmarca su gestión en la aplicación de las recomendaciones del Código Deontológico de la Federación de Periodistas, del Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística y del Código Ético de la asociación de Directivos de la Comunicación.

A su vez, rige el desempeño de su actividad por los criterios de veracidad de la información, ética en las opiniones, transparencia y respeto a la orientación ideológica y editorial de los propietarios de los distintos medios de comunicación que se hacen eco de las numerosas noticias que genera la compañía.

## Mecanismos de Gestión de la Comunicación Corporativa

Participación en foros profesionales que recogen las tendencias del sector en distintas materias (comunicación, marketing, publicidad, contenidos audiovisuales, nuevas tecnologías de la información, etc.)

Reunión semanal de la Directora de Comunicación con el Consejero Delegado para abordar las estrategias de comunicación globales y puntuales.

Participación semanal de la Dirección de Comunicación en los Comités de Dirección.

Reuniones semanales con Directores de Programación y Producción, Directores de Producción de Contenidos, Producción Ejecutiva, Productores Delegados y responsables de las productoras, para crear los planes de comunicación de cada uno de los programas, series y contenido digital, siguiendo en su ejecución los criterios aportados por el Comité Editorial de Mediaset España y en consonancia con el Código Ético de la compañía.

Reuniones semanales con Directores de Marketing, Marketing Digital y estrategia Comercial de Publiespaña, para analizar y canalizar la comunicación de las acciones destinadas a la explotación publicitaria de los soportes de la compañía.

Reuniones periódicas con la Dirección de Relaciones Institucionales para analizar las conclusiones de los distintos encuentros como miembros del Comité de Autorregulación

Reuniones periódicas con la Dirección de Relación con Inversores y la Dirección Gral. Financiera, para analizar la evolución del mercado económico-bursátil.

Reuniones semanales de estrategia social con el equipo de Redes Sociales de Megamedia.

Reuniones internas de planificación estratégica, semanales y adicionalmente en función de las necesidades.

Reuniones periódicas con los responsables de Telecinco Cinema para trazar de forma conjunta, la mejor promoción posible de las películas que produce Telecinco Cinema, y la comunicación corporativa de la propia marca.

Monitorización diaria de las redes sociales a partir de los boletines periódicos con un resumen de lo más comentado en redes sociales durante el día, de informes diarios con las menciones más destacadas en las cuentas señaladas como influencers, del informe semanal con la mención a las marcas realizadas por prescriptores de la compañía y de los informes mensuales con el número de comentarios acumulados de Mediaset España y su competencia.

Elaboración de clippings de prensa impresa y online a diario, para el seguimiento de lo publicado sobre la compañía, valorar su impacto y generar informes cuantitativos de las noticias generadas.



## LA INFORMACIÓN GENERADA POR MEDIASET ESPAÑA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES RASTREADA, MONITORIZADA, ANALIZADA Y DIFUNDIDA INTERNAMENTE A TRAVÉS DE CLIPPINGS DIARIOS.

Desde la Dirección de Comunicación se establecen relaciones fluidas con el entorno de la comunicación desde el punto de vista periodístico y de líderes de opinión, con gestiones diarias desde la subdirección de Prensa. Las cuentas corporativas en las redes sociales son canales de comunicación bidireccionales que permiten a la compañía escuchar, conocer, informar, comunicar, interactuar y promocionar novedades de forma inmediata. La interacción de los usuarios con las cuentas corporativas aporta a Mediaset España un conocimiento muy valioso de sus seguidores y la posibilidad de tener un feedback inmediato de sus gustos y preferencias, así como dar respuesta a sus inquietudes o planteamientos posibilidades de respuesta y de desarrollar estrategias de comunicación y marketing ad hoc.

La información generada por Mediaset España en los medios de comunicación es rastreada, monitorizada, analizada y difundida internamente a través de clippings diarios. Se estima que la compañía genera más de 100.000 impactos anuales en los medios, lo que la sitúa entre las compañías españolas que generan mayor volumen de información, de acuerdo con MyNews. Tal notoriedad y exposición requiere de una labor de continuo seguimiento para la salvaguarda de la reputación corporativa.

Todo el trabajo del Gabinete de Prensa es publicado en la web de acceso libre [Mediaset.es/Mediasetcom](http://Mediaset.es/Mediasetcom), microsite que en 2017 ha estrenado un diseño responsive. En ella se actualizan a diario los contenidos en función de las notas de prensa enviadas, los dossiers, el material fotográfico y audiovisual y, en general, toda la información de relevancia sobre los contenidos, la actividad de las sociedades, las campañas sociales y las noticias corporativas e institucionales de la compañía.

Junto a esta web, la subdirección de Prensa cuenta con una plataforma externa de distribución del contenido a medios. Una herramienta que ofrece bajo suscripción a profesionales, con visualización previa, todos los materiales para descargar en distintos formatos y calidades, todo ello con un sistema responsive adaptado a su visionado y descarga desde cualquier dispositivo PC, MAC, móvil y tablet, tanto Android como IOS.

Además, en 2017 ha desarrollado una app de uso interno para directivos, empleados y presentadores de Mediaset España, con toda la información oficial de la compañía, las convocatorias, resúmenes de prensa, videos promocionales, enlace a los principales sites corporativos y una galería fotográfica descargable, entre otros contenidos, para mantener informados a diario a todos sus usuarios desde sus dispositivos móviles.

De la Dirección de Comunicación depende también desde 2017 la gestión de los contenidos de la web [Mediaset.es](http://Mediaset.es), ventana de presentación de la compañía. Los usuarios acceden desde esta página online a la información más relevante que generan las distintas divisiones de la empresa -resultados financieros, audiencias-, así como a la Sala de Prensa o al Portal de Empleo.

Por otra parte, la Subdirección de Medios Online realiza la web [Telemania.es](http://Telemania.es), portal que recoge la actualidad del sector de los medios, con especial atención al negocio audiovisual. La página ofrece a los profesionales y resto de usuarios una completa información sobre las audiencias de televisión, así como las noticias y análisis más relevantes sobre la comunicación. En 2017, [Telemania.es](http://Telemania.es) ha completado su

## Participación en agentes específicos del sector medios

ICMEDIA (Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios)  
 OCTA (Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales)  
 Comité de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia  
 UTECA (Unión de Televisiones Comerciales Asociadas)  
 UER (Unión Europea de Radiodifusores).  
 ECTA (European Competitive Telecommunications Association)  
 Marca España





TODAS LAS CAMPAÑAS SE PLANIFICAN EN TODOS LOS CANALES DE MEDIASET ESPAÑA, INCLUIDO BOING SIEMPRE QUE LA CUESTIÓN RESULTE APTA PARA EL TARGET DEL CANAL.

rediseño responsive para facilitar el acceso a la web desde todo tipo de dispositivos.

La Subdirección de Imagen Corporativa desarrolla todos los elementos de identidad visual tanto de canales como de productos institucionales (merchandising, regalos institucionales, elementos de papelería corporativa etc.) Desde esta subdirección se diseñan, se producen y se coordinan las iniciativas de brand marketing en colaboración con Publiespaña para reforzar la fidelización de clientes a través de acciones especiales que vinculen los valores asociados a Mediaset España, a sus canales y a sus productos con anunciantes. También dependen de esta subdirección todas las acciones de relaciones externas de la compañía, entre las que destacan las premieres de las películas producidas por Telecinco Cinema. Para estos eventos se elabora una estrategia global, coordinada con la Dirección General de Contenidos y la División de Cine, que da como resultado la realización de eventos únicos en los que la innovación y la espectacularidad son piezas fundamentales.

A su vez, la subdirección de Imagen Corporativa diseña la estrategia de la iniciativa 12 Meses y desarrolla creativamente todos los materiales que componen cada una de sus iniciativas de sensibilización social y produce todos los elementos que las componen. Todas las campañas se enmarcan dentro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU (ODS) y se basan en criterios de universalidad con el fin último de generar debate social para promover cambios. Esta subdirección también desarrolla los contenidos de [www.12meses.es](http://www.12meses.es) y coordina la comunicación social de la compañía a través de las redes sociales de 12 Meses. Todas las campañas se planifican en todos los canales de Mediaset España, incluido Boing siempre que la cuestión resulte apta para el target del canal. Cuando es así, la comunicación se adapta específicamente para este público cumpliendo con todas las garantías de protección del menor. A efectos de amplificar al máximo el mensaje de 12 Meses, antes de su lanzamiento se mantienen reuniones con la División de Antena, la División de Producción de Contenidos, la División de Informativos y la Dirección Multiplataforma, para establecer pautas de comunicación, teniendo en cuenta la idiosincrasia de cada uno de los programas y canales de Mediaset España.

#### Cuenta @Mediasetcom



130.586 SEGUIDORES



146.271 SEGUIDORES



99.615 SEGUIDORES

#### Cuenta @Telemania



7.354 SEGUIDORES



3.387 SEGUIDORES

#### Cuenta @12\_meses



15.642 SEGUIDORES



28.557 SEGUIDORES

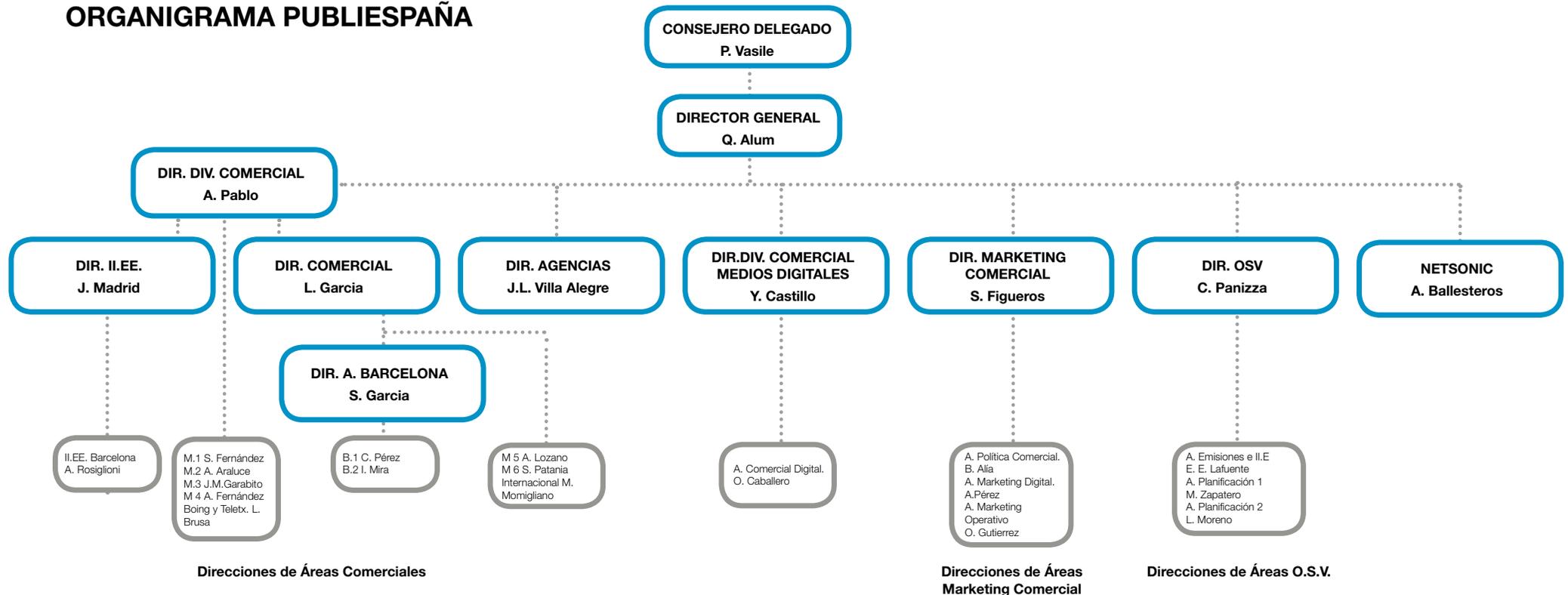


5.052 SEGUIDORES

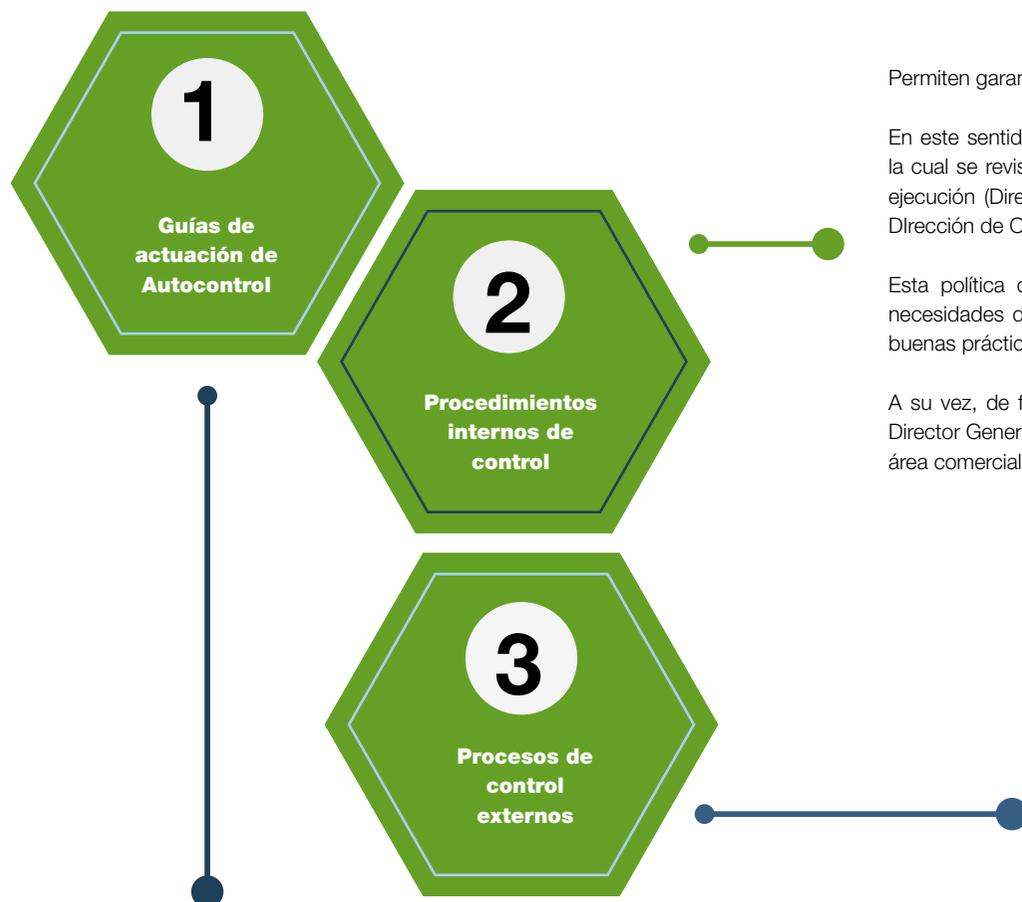
# GESTIÓN DE LA PUBLICIDAD

La diversidad de los contenidos de los canales de Mediaset España y la propia dimensión Mediaset España considera que la emisión y gestión responsable de la publicidad, elemento fundamental del negocio, es imprescindible para la sostenibilidad del mismo y por ello, tiene implantados mecanismos de gestión y control específicos dirigidos a garantizar su consecución. La actividad publicitaria del Grupo se desarrolla a través de Publiespaña, y se enmarca en el estricto cumplimiento de la legislación vigente, el seguimiento de las guías de actuación definidas por la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (en adelante, Autocontrol), a la cual la compañía se encuentra adherida desde sus inicios en 1995, y en la aplicación de sólidos mecanismos de control interno.

## ORGANIGRAMA PUBLIESPAÑA



## Mecanismos de control



Regulan los contenidos televisivos e infancia, publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud, argumentos ambientales en comunicaciones comerciales, publicidad infantil de juguetes, promoción de medicamentos, comercio electrónico y publicidad interactiva, bebidas espirituosas, servicios de tarificación adicional, entre otros muchos asuntos.

Permiten garantizar el cumplimiento tanto de la legislación vigente como de los códigos emitidos por Autocontrol.

En este sentido, se diseña una política comercial trimestral que define el tipo de contenidos publicitarios a emitir, la cual se revisa y monitoriza semanalmente por parte de la Dirección General y las Direcciones que controlan su ejecución (Dirección Comercial, Dirección Medios Digitales, Dirección Agencias, Dirección Marketing Comercial y Dirección de Operaciones y Servicio de Ventas).

Esta política comercial se define 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.

A su vez, de forma semanal, el Comité de Dirección de la compañía, compuesto por el Consejero Delegado, el Director General y los Directores de División, se reúne para coordinar todas las iniciativas y posibles sinergias entre el área comercial y el área editorial, entre otros asuntos.

Aseguran el ejercicio de una labor responsable, mediante el sometimiento voluntario de la publicidad al control independiente realizado por Autocontrol.

El proceso de control de contenidos por parte de Autocontrol puede plantearse tanto con carácter previo a la emisión de contenidos publicitarios, como posterior, ante el planteamiento de eventuales controversias o reclamaciones presentadas.

Como consulta previa a la emisión, cuando Publiespaña detecta que algún anuncio solicitado por un cliente puede incumplir la normativa vigente o los Códigos de autorregulación de contenidos y de publicidad a los que Mediaset España está adherida, solicita un informe previo sobre su corrección deontológica y legal al Gabinete Técnico de Autocontrol (Copy Advice). El dictamen que emita Autocontrol es aceptado por la compañía y, si éste recomienda la no emisión de la publicidad, se suspende la campaña publicitaria.



Para más información  
sobre materias reguladas  
consultar

[http://www.autocontrol.es/  
que\\_codigos.shtml](http://www.autocontrol.es/que_codigos.shtml)

Para garantizar el cumplimiento de la normativa aplicable, Publiespaña está continuamente adaptándose a las novedades legislativas que afectan a su actividad. En 2017, entre las principales modificaciones normativas que pueden tener un impacto en el negocio publicitario ha sido es el Real Decreto Ley 17/2017, de 17 de noviembre, de medidas sanitarias frente al tabaquismo y reguladora de la venta, el suministro, el consumo y la publicidad de productos del tabaco. Este Real decreto equipara la publicidad de cigarrillos electrónicos y la de sus dispositivos de recarga a la del tabaco y por tanto, prohibiendo la misma.

A efectos de garantizar la adecuada aplicación de las Guías de Autocontrol, en 2017 Publiespaña ha solicitado 1.411 consultas previas (Copy Advice) al Gabinete Técnico de Autocontrol en relación a piezas publicitarias con carácter previo a su emisión, 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. Estas consultas previas se realizan con el objetivo de identificar la existencia de cualquier elemento que deba ser modificado de acuerdo a los reglamentos de AUTOCONTROL, a efectos de realizar las modificaciones pertinentes antes de la realización final de la pieza publicitaria. En dichas consultas previas se solicita un informe sobre una pieza publicitaria concreta.

Por otra parte, Publiespaña ha realizado 124 consultas legales al Gabinete Técnico, previo a la realización de los spot publicitarios. Las cuestiones sobre las que se han planteado las consultas más significativas han sido alimentos y bebidas, salud, ocio, cultura, juegos, tiempo libre y deporte.

1.411  
CONSULTAS

1.033

NO SE APRECIAN  
INCONVENIENTES AL CONTENIDO DEL ANUNCIO

308

SE RECOMIENDA INTRODUCIR  
MODIFICACIONES EN EL ANUNCIO

70

SE DESACONSEJA LA DIFUSIÓN DEL  
ANUNCIO



# GESTIÓN DEL EQUIPO HUMANO

**EL GRUPO MEDIASET ESPAÑA GARANTIZA EL MANTENIMIENTO DE UN CLIMA LABORAL AFABLE, VENTAJOSO PARA LA PLANTILLA Y ESTABILIZADOR PARA EL NEGOCIO.**

Uno de los pilares del liderazgo de Mediaset España es el talento de sus profesionales. Por ello, la Dirección de Recursos Humanos tiene como prioridad una adecuada estrategia de Employer Branding para atraer al talento externo y comprometer al talento interno. Ésta se complementa con la estrecha relación que mantiene la compañía con los principales centros de formación del país, de cara a mantener el flujo de jóvenes que realizan prácticas en las empresas del Grupo y constituyen la base de la cantera para la cobertura de necesidades coyunturales y el relevo de profesionales de continuidad.

Por su parte, Los Convenios Colectivos vigentes en las empresas del Grupo garantizan el mantenimiento de un clima laboral afable, ventajoso para la plantilla y estabilizador para el negocio.

A su vez, las medidas de conciliación y beneficios sociales del personal de estructura, junto con la aplicación de un completo Plan de Igualdad, generan satisfacción, estabilidad y una práctica paridad en la plantilla. Asimismo, las acciones de formación permiten desarrollar el potencial de la plantilla y garantizar su adecuación a las necesidades del negocio en cada momento.

## Employer Branding

A través de la estrategia de Employer Branding (EB) la compañía busca la identificación de la imagen de Mediaset España como marca empleadora para atraer nuevo talento externo y mejorar el orgullo de pertenencia y el compromiso de la plantilla actual.

En los últimos años, en los que el Grupo ha crecido y ha generado la necesidad de nuevos perfiles profesionales, la compañía ha impulsado medidas destinadas a alcanzar ese objetivo tales como una cuidada Política de Becarios y alumnos en prácticas, la reedición año tras año del Master en Creación y Gestión de contenidos audiovisuales, la participación activa en eventos externos de gran afluencia de jóvenes profesionales, el nombramiento de una Responsable interna para la gestión del EB, la difusión del proyecto en Redes Sociales, o la creación de un Portal de empleo propio, con una mayor visibilidad a los apartados “Trabaja con nosotros” y la inserción de vídeos testimoniales de trabajadores del Grupo dirigidos a los potenciales candidatos.

## Negociación colectiva

La negociación colectiva está ampliamente reconocida y garantizada en las empresas del Grupo. Los Convenios Colectivos de aplicación en las distintas sociedades del Grupo respetan y aplican las disposiciones legales y marcos convencionales de referencia dentro de los sectores aplicables a las distintas empresas del Grupo, según su actividad. La Comisión Mixta de interpretación del Convenio Colectivo es el órgano paritario creado para resolver los conflictos laborales derivados de la interpretación y aplicación del Convenio Colectivo.

Por su parte, la División de Recursos Humanos, en coordinación con los Directores de las diferentes áreas de las empresas del Grupo, tiene la responsabilidad de garantizar el cumplimiento de la normativa que resulte de aplicación a cada una de las sociedades.

El Convenio Colectivo de cada una de las empresas del Grupo alcanza tanto a trabajadores fijos como a trabajadores temporales que han sido contratados directamente por Mediaset España. Los trabajadores contratados a través de una ETT están cubiertos por las disposiciones del convenio de ésta y por las que por ley le aplican del Convenio de la empresa usuaria.

## Convenios Colectivos de aplicación

Mediaset España	XI Convenio Colectivo de Mediaset España. Vigencia 2014-2017. Denunciado por la parte social el 5/10/2017, y constituida la Mesa Negociadora el 24/10/2017.
Publiespaña	Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016. Actualmente denunciado.
Telecinco cinema	Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid (vigencia 2013-2017), si bien los trabajadores tienen reconocidas mejoras establecidas por el Convenio Colectivo de Mediaset España vigente en cada momento.
Conecta 5	Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid. Vigencia 2013-2017
Netsonic	Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016. Actualmente denunciado.



### En el Convenio Colectivo de Mediaset España se determinan ciertas especificaciones en cuanto a los plazos de preaviso, entre las que se encuentran las siguientes:

Comunicación del trabajador de baja voluntaria en la empresa.	→	Mínimo 15 días.
Solicitud del trabajador de excedencia voluntaria, así como notificación a la empresa para la reincorporación posterior.	→	Mínimo de 45 días.
Fijación del calendario de vacaciones por acuerdo entre el Comité de Empresa y la Dirección de la Empresa.	→	En el primer cuatrimestre de cada año.
Períodos de prueba para nuevas incorporaciones.	→	La duración de los periodos de prueba se fijan en función de los niveles salariales: 6 meses para técnicos titulados, 3 meses para los demás, y 15 días para el personal no cualificado.
Comunicación al Comité de Empresa del procedimiento establecido de convocatoria interna para cubrir puestos de nueva creación.	→	Mínimo con 2 días hábiles de antelación a la fecha de la convocatoria interna.
Plazo de presentación de candidatos a convocatoria interna.	→	Mínimo de 5 días.
Imposición de sanciones, faltas graves y muy graves.	→	Obligatoria tramitación previa de expediente contradictorio comunicada al interesado y a los representantes de los trabajadores.
Planificación de los turnos.	→	Como mínimo antelación mensual, dándose a conocer a los interesados con una antelación mínima de 2 semanas.
Horario por convocatoria (que afecta fundamentalmente al personal asignado a plató, estudios, producción, realización y servicios artísticos).	→	Las alteraciones horarias deben darse a conocer al trabajador con carácter habitual con un mínimo de 12 horas sobre el comienzo de la jornada.
Propuesta de la aplicación del horario intensivo de verano, Semana Santa, y Navidad, que debe efectuarse por el Director de cada departamento.	→	Antelación de 20 días sobre la fecha de inicio.
Bolsa de 25 horas retribuidas.	→	Exigible previo aviso al superior inmediato y justificación del tiempo empleado.
Solicitud inicio y fin Reducción Jornada Guarda Legal.	→	Mínimo de 15 días.
Denuncia del Convenio Colectivo.	→	Un mínimo de 2 meses de antelación al término de su período de vigencia o al de cualquiera de sus prórrogas. En caso contrario, se entenderá prorrogado de forma tácita.

### Por su parte, el Convenio del Sector Publicidad y el del Sector Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid también estipulan especificaciones en cuanto a los plazos de preaviso, entre las que se encuentran las siguientes:

	Convenio de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid	Convenio Publicidad
Comunicación Cese Voluntario	→ Inexistencia de preaviso	Directores, Jefaturas y Personal Técnico: 1 mes. Personal Administrativo: 15 días. Personal de oficios y no cualificados: 1 semana.
Excedencia Voluntaria	→ Inexistencia de preaviso	La solicitud de reingreso deberá realizarse dentro del periodo de excedencia.
Excedencia Forzosa	→ Inexistencia de preaviso	Solicitud reingreso en el mes siguiente al cese del cargo.
Licencias sin sueldo	→ Inexistencia de preaviso	Mínima de 15 días.
Vacaciones	→ Confección calendario en el mes de Enero.	2 meses antes del comienzo de su disfrute.
Períodos de Prueba	→ Personal Titulado: 6 meses. Personal no cualificado: 1 mes. Resto Personal: 2 meses.	Directivos, Jefaturas y Personal Técnico: 6 meses. Personal Administrativo: 2 meses. Personal de oficios y no cualificados: 1 mes.
Faltas Graves y Muy Graves	→ Apertura Expediente Contradictorio solo en los casos de representante legal o Delegado Sindical.	Con carácter previo a la imposición, comunicación al trabajador y a la representación legal.

### Convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)

En las empresas del Grupo quedan implementados los distintos convenios fundamentales de la OIT ratificados por España, mediante la respetuosa aplicación de las normas legislativas, convencionales y reglamentarias de aplicación.

- **Convenio sobre la libertad sindical y la protección del derecho de sindicación.** Mediaset España cuenta con un Comité de Empresa y Delegados sindicales con presencia en dicho Comité, resultando elegido en los procesos de elecciones sindicales que se celebran por iniciativa de alguno de los sindicatos que lo componen, cada cuatro años.
- **Convenio sobre el derecho de sindicación y de negociación colectiva.** Mediaset España cuenta con convenio colectivo propio, resultado de la negociación colectiva con la representación legal de los trabajadores.
- **Convenio sobre el trabajo forzoso.** Mediaset España garantiza la no existencia de trabajo forzoso mediante la aplicación de los procedimientos y normativa interna, el Código Ético, aplicación de los convenios colectivos así como el estricto cumplimiento de la legislación vigente.
- **Convenio sobre la abolición del trabajo forzoso.**
- **Convenio sobre la edad mínima.** Mediaset España respeta la legalidad vigente, con prohibición de trabajo para menores, salvo en actividades artísticas. En las empresas del Grupo, y en aquellos casos en que se cuente con la participación de menores en actividades artísticas, se tramita la correspondiente autorización de participación éstos en espectáculos públicos y se siguen estrictamente los criterios y procedimientos establecidos por la Consejería Empleo y Mujer de la Comunidad de Madrid, y se adoptan las medidas especiales necesarias para su protección en materia de salud y seguridad, así como los procesos formativos adecuados.
- **Convenio sobre las peores formas de trabajo infantil.**
- **Convenio sobre igualdad de remuneración.** En las empresas del Grupo se cuenta con planes de igualdad que incluyen la realización de estudios retributivos que, a la fecha, no han mostrado situaciones que pudieran considerarse discriminatorias o constitutivas de una desigualdad en el ámbito laboral por razón de sexo.
- **Convenio sobre la discriminación (empleo y ocupación).** Mediaset España cuenta con procedimientos y órganos que velan por el correcto cumplimiento y aplicación de las normas. Entre otros, el Código Ético, el Canal de Denuncias, los Planes de Igualdad, la Comisión de Igualdad y el Agente de igualdad, el Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso, el Comité de Seguridad y Salud o el Servicio de Prevención Mancomunado (SPM).

La compañía gestiona los plazos mínimos de preaviso que afectan a los trabajadores y los procedimientos pertinentes ante cambios organizativos de acuerdo al estricto cumplimiento de los plazos previstos para cada una de las materias dentro del ámbito laboral, bien en el Estatuto de los Trabajadores, en los Convenios Colectivos vigentes o en cualquier otra norma que resulta de aplicación. Al ser plazos de preaviso legal o convencionalmente establecidos, se garantiza su cumplimiento por la propia eficacia del convenio o norma que los contempla.

Por otra parte, tanto el ejercicio de la libertad de asociación como el de la libertad sindical son derechos fundamentales que han sido siempre reconocidos y respetados por la compañía, y se refleja en la representación unitaria y sindical con la que cuenta la plantilla, ejercida a través del Comité de Empresa.

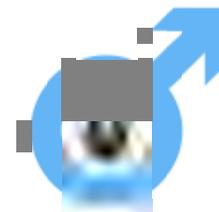
## Igualdad de oportunidades, no discriminación y tolerancia cero ante el acoso laboral

Las distintas empresas que integran el Grupo cuentan con medidas específicas para garantizar el compromiso asumido en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación. En este sentido, el Código Ético, los Planes de Igualdad, los Convenios Colectivos y las medidas para eliminar y prevenir las situaciones de acoso en el entorno laboral conforman el robusto marco de actuación que respalda y refuerza el efectivo cumplimiento del compromiso en esta materia.

**Código Ético:** recoge la garantía y el respeto del principio de igualdad de oportunidades y no discriminación de cualquier índole, especialmente en todo lo referente al acceso al empleo, las condiciones de trabajo, la formación, el desarrollo y la promoción de profesionales.



**Comisión de Igualdad:** constituida de forma paritaria por representantes de la empresa y representantes sociales, su misión es la de velar por la correcta implantación y el seguimiento de los Planes de Igualdad vigentes en cada momento.



**Planes de Igualdad:** su principal objetivo es garantizar el respeto de la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres en todos los ámbitos laborales y prevenir cualquier situación discriminatoria en el ámbito laboral. Los propios planes contienen medidas para la autoevaluación y el seguimiento que avalan que, tanto la Dirección de la empresa como la Comisión de Igualdad en su caso, velarán por su correcta aplicación y cumplimiento, y analizarán el grado de

consecución de los objetivos establecidos.

**Agente de Igualdad:** desarrolla una función de soporte y orientación sobre las medidas establecidas en los Planes de Igualdad, así como labores de seguimiento e información del grado de implantación de los mismos.

## EN LO QUE RESPECTA A LAS RETRIBUCIONES, MEDIASET ESPAÑA GARANTIZA UN TRATO IGUALITARIO A TODOS SUS TRABAJADORES ATENDIENDO A LA CATEGORÍA LABORAL.

Tanto los planes como los procedimientos en materia de igualdad y no discriminación se difunden entre toda la plantilla a través de los canales internos de comunicación, principalmente a través de las circulares informativas, la intranet corporativa y el Portal del Empleado, donde existe un apartado específico de "Igualdad" en el que se encuentra publicado el contenido íntegro de todos los Planes de Igualdad y de los Procedimientos para la Gestión de Riesgos Psicosociales y las situaciones de Acoso en el entorno laboral.

El Procedimiento para la Gestión de los Riesgos Psicosociales y situaciones de Acoso en el entorno laboral aborda fundamentalmente las siguientes materias:

- Declaración empresarial de principios de igualdad de trato y no discriminación.
- Medidas preventivas orientadas a actuar en el origen de los riesgos.
- Desarrollo de procedimientos de intervención específicos.
- Seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo.



En lo que respecta a las retribuciones, Mediaset España garantiza un trato igualitario a todos sus trabajadores atendiendo a la categoría laboral. En este sentido, los Convenios Colectivos aplicables a las distintas empresas del Grupo 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. Por tanto, 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 sexo o cualquier otra característica particular del empleado.

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, complemento que se negocia independientemente del sexo del trabajador.

Anualmente, la Dirección de RR. HH realiza un informe sobre las retribuciones, el cual se entrega a la Representación de los Trabajadores.

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.

Dicha política se encuentra recogida en el Código Ético de Mediaset España que es aplicable y de obligado cumplimiento por todos sus empleados, directivos, miembros del Consejo de Administración y empresas participadas, que entró en vigor el 1 de enero de 2012 y que ha sido revisado y actualizado con fecha 22 de diciembre de 2016. A su vez, el Procedimiento para la Gestión de los Riesgos Psicosociales y situaciones de Acoso en el entorno laboral establece el marco de gestión para la efectiva aplicación del compromiso de tolerancia cero ante el acoso laboral.

LA COMPAÑÍA REFUERZA ANUALMENTE SU COMPROMISO CON LOS BENEFICIOS SOCIALES Y MEDIDAS DE CONCILIACIÓN OFRECIDOS A LA PLANTILLA, RECOGIDOS EN LOS CONVENIOS COLECTIVOS Y EN LOS PLANES DE IGUALDAD APLICABLES A CADA EMPRESA DEL GRUPO.



Para más información sobre los Beneficios sociales y medidas de conciliación disponibles, pinche aquí

## Beneficios sociales y medidas de conciliación

La compañía refuerza anualmente su compromiso con los beneficios sociales y medidas de conciliación ofrecidos a la plantilla, recogidos en los Convenios Colectivos y en los Planes de Igualdad aplicables a cada empresa del Grupo. Los mismos se ofrecen a la plantilla, independientemente del tipo de jornada o contrato de trabajo.

Únicamente en el caso de determinados obsequios de empresa no recogidos en Convenio tales como la cesta o los juguetes de navidad, se exige a todos los trabajadores, fijos o temporales, el cumplimiento de determinadas condiciones tales como coincidir la prestación de servicios y la situación de alta con el momento de la entrega del obsequio y en el caso de los temporales, haber cumplido con un período mínimo acumulado de trabajo en el año natural que corresponda.



## Formación

La formación de la plantilla es fundamental para lograr el máximo desarrollo de las capacidades y el talento requerido para mantener el liderazgo que caracteriza a la compañía.

La Subdirección de desarrollo de Recursos Humanos elabora un plan de formación, a partir de las directrices que marca la dirección de la compañía en cada ejercicio y de las demandas generadas por la evolución de los puestos de trabajo. Una vez aprobado el Plan por la Dirección, se planifica y se ponen en marcha las actividades. Terminado el primer semestre del año, se revisa el Plan a efectos de corregir desvíos o incluir nuevas acciones.

En la definición del catálogo de formación se tiene en cuenta, por un lado, la formación de tipo obligatoria que deben realizar los trabajadores, tanto a nivel global de toda la plantilla como de colectivos específicos, como puede ser la formación en Prevención de Riesgos Laborales, Prevención en Blanqueo de Capitales, actualización fiscal y contable, entre otra. Y por otro, se revisan tanto las necesidades que no pudieran cubrirse durante el año anterior, como aquellas nuevas que se hayan detectado a través de reuniones con los directivos del Grupo.

Desde el portal del empleado, la plantilla puede acceder al catálogo de formación vigente y solicitar toda aquella acción formativa que considere necesaria para el desempeño de su puesto. Las solicitudes de formación son validadas por la Subdirección de Desarrollo y Recursos Humanos, quien valora que los cursos solicitados tengan relación con la actividad presente o futura de quien los solicita.

A efectos de garantizar la calidad de la formación impartida y permitir la mejora continua de la misma, al finalizar los programas formativos se mide el grado de satisfacción de los empleados respecto a la formación recibida mediante la utilización de cuestionarios de evaluación. A su vez, para valorar el correcto aprovechamiento de los cursos por parte de los trabajadores, se realizan evaluaciones, pruebas de suficiencia y seguimiento del progreso en el cumplimiento de la formación correspondiente, a la vez que se mantienen reuniones con los responsables de las áreas correspondientes a efectos de detectar futuras necesidades formativas en sus equipos.



Para más información sobre la Cátedra en Medios Audiovisuales, pinche el siguiente link

<http://catedramediosaudiovisuales.es/>



La contribución de Mediaset España en la generación de conocimientos en el sector audiovisual a nivel externo se materializa 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 formación impartida responde a los requerimientos y a las necesidades actuales del sector audiovisual y permite al profesional, dada la amplia experiencia del claustro y el enfoque eminentemente práctico de la metodología aplicada en las clases, progresar en este sector gracias a la alta cualificación adquirida a la finalización del curso.

A su vez, la Cátedra Mediaset-UEM (Universidad Europea de Madrid), creada en 2013, tiene el cometido de crear sinergias de colaboración, canalizar actividades de formación y acometer proyectos de investigación, entre ambas organizaciones en pos del desarrollo del negocio audiovisual.

Por su parte, 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.

**EL COMITÉ DE SEGURIDAD Y SALUD ES EL ÓRGANO DESTINADO A LA CONSULTA REGULAR Y PERIÓDICA DE LAS ACTUACIONES DE LA EMPRESA EN MATERIA DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.**



**Las actividades relativas a la gestión del equipo humano se encuentran desarrolladas en el apartado “Modelo de Negocio- Equipo Humano” de este documento. Para más información, pinche aquí.**

## Evaluación del desempeño

El Sistema de Evaluación del Desempeño permite analizar, de forma sistemática y pautada, las actividades y responsabilidades que se han acometido a lo largo del año y, a su vez, definir acciones futuras de cara al desarrollo de los equipos de trabajo.

Este proceso se realiza a través de una herramienta específica para este propósito disponible en el Portal del empleado, lo que aporta mayor agilidad al proceso de evaluación, mayor fiabilidad en los datos históricos, así como una total transparencia en los resultados. Los resultados de las evaluaciones son tenidos en cuenta de cara a las decisiones sobre el desarrollo profesional de los empleados y sobre la identificación de necesidades de formación

## Prevención de riesgos laborales

En Mediaset España la Seguridad y Salud en el Trabajo (en adelante, SST) se regula y garantiza mediante el Plan de Prevención de Riesgos Laborales. El Plan, elaborado por el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo (en adelante, SPM) con la participación del Comité de Seguridad y Salud, es aprobado por la Dirección de Recursos Humanos y Servicios y entregado a los Delegados de Prevención.

Por su parte, el Convenio Colectivo de Mediaset España establece provisiones en materia de salud y seguridad. En su Capítulo XI sobre Seguridad e Higiene en el Trabajo, recoge asuntos tales como la puesta a disposición de los trabajadores de una revisión médica anual y del derecho de ser informados de los reconocimientos médicos que se le efectúen, entre otros.

El Plan de Prevención de Riesgos Laborales garantiza el cumplimiento por parte de la compañía de las disposiciones contenidas en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, así como de los requisitos establecidos en la norma de calidad para prevención de riesgos laborales OHSAS 18.001, cumpliendo con las disposiciones previstas en una legislación cada vez más exigente y fomentando las buenas prácticas de SST entre sus empleados.

A partir de los objetivos definidos en el Plan de Prevención, el SPM elabora el Plan Anual de la Actividad Preventiva en el que se establecen los programas y actividades necesarios a desarrollar durante el año en

curso para alcanzar los objetivos definidos en el Plan de Prevención. Dicha planificación se entrega a los Delegados de Prevención a principios de cada ejercicio y se revisa trimestralmente por parte del Comité de Seguridad y Salud.

Adicionalmente, el SPM lleva a cabo actividades no planificadas inicialmente en el Plan Anual de Actividad Preventiva, pero que debido a modificaciones normativas, cambios en las actividades u otros motivos derivados de la propia naturaleza del negocio, resultan necesarias.

A su vez, la compañía cuenta con un Manual de Procedimientos que aborda distintos aspectos de la SST, desde la coordinación de actividades empresariales a la adquisición y compra de productos, o la incorporación efectiva de nuevos requerimientos normativos relacionados con la evaluación de riesgos por exposición a radiaciones ópticas, entre otros asuntos.

Por su parte, el Comité de Seguridad y Salud es el órgano destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de Prevención de Riesgos Laborales. Entre sus competencias se incluyen la participación en la elaboración, aplicación y evaluación de los planes y programas de prevención de riesgos en la compañía, así como la promoción de iniciativas sobre métodos y procedimientos para la efectiva prevención de los riesgos, proponiendo a la Dirección de la Empresa la mejora de las condiciones o la corrección de las deficiencias existentes.

Dicho Comité consta de 10 participantes, integrado de forma paritaria por los Delegados de Prevención (representantes de los trabajadores, elegidos para desempeñar ese rol) y los representantes de la empresa, y en él se encuentra representada la totalidad del personal de Mediaset España. El resto de empresas del Grupo carecen de este tipo de Comité, al no contar con representación legal de los trabajadores, si bien la totalidad de la plantilla de las empresas del Grupo ven garantizada la adecuada protección de su seguridad y salud a través del SPM, responsable de llevar a cabo la labor de prevención en este ámbito.

El Comité se reúne en sesiones ordinarias, como mínimo de forma trimestral, así como en sesiones extraordinarias a solicitud de cualquiera de las representaciones o cuando concurra alguna circunstancia grave que lo requiera, como puede ser un accidente laboral grave o la existencia de situaciones de riesgo inminente para los trabajadores que puedan requerir la interrupción del trabajo, entre otras.

# GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

LA COMPAÑÍA SIGUE RIGUROSAMENTE LOS CRITERIOS ESTABLECIDOS PARA LAS SOCIEDADES COTIZADAS POR EL REGULADOR, QUE EN ESTE ÁMBITO ES LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES.

La Dirección de Relación con Inversores y la Oficina del Accionista de Mediaset España juegan un importante papel a la hora de mantener una relación fluida, tanto con inversores institucionales como con particulares, a la vez que se dispone de vías de comunicación continua con analistas bursátiles y con los principales actores en los mercados internacionales.

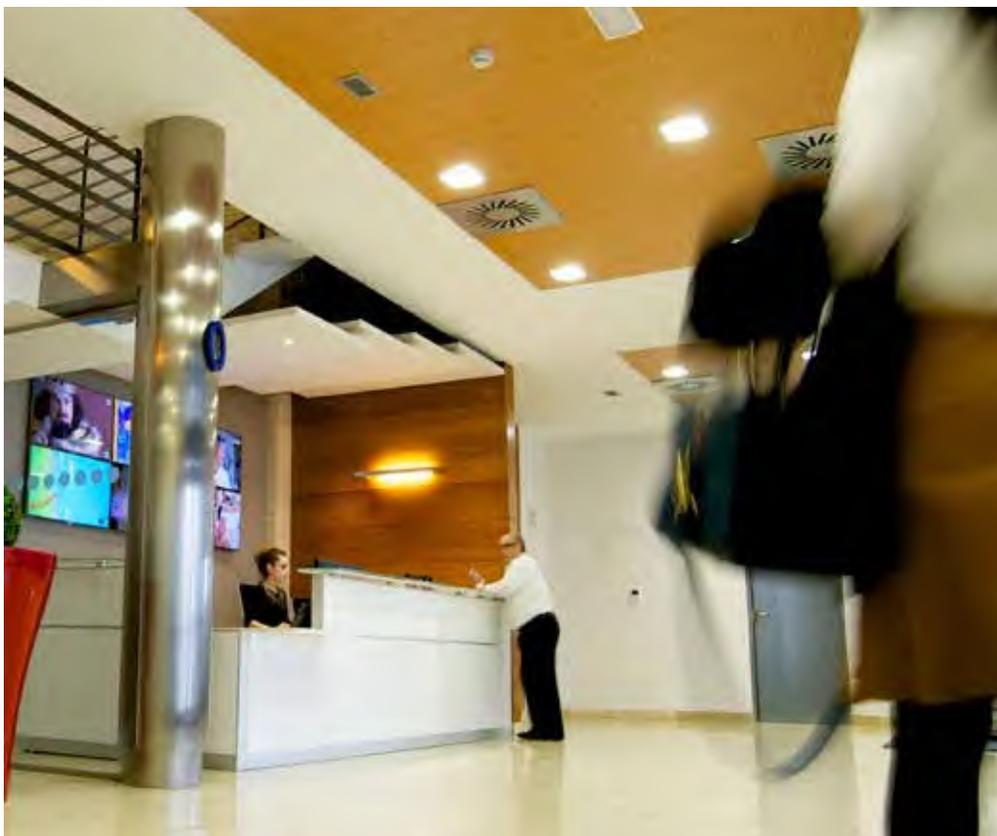
Con el objetivo de divulgar información corporativa sin que haya distorsión de información o asimetría entre los accionistas o potenciales inversores, la compañía sigue rigurosamente los criterios establecidos para las sociedades cotizadas por el regulador, que en este ámbito es la Comisión Nacional del Mercado de Valores, así como también sigue el código Ético del Grupo Mediaset España y las mejores prácticas de mercado en materia de comunicación y relación con inversores.

De esta forma, Mediaset España provee de informes trimestrales sobre los resultados remitidos a la CNMV, publica dichos informes en su web corporativa ([www.mediaset.es/inversores/es](http://www.mediaset.es/inversores/es)), tanto en castellano como en inglés, e informa mediante correo electrónico a cada uno de los inversores y analistas que así lo hayan solicitado. Por otra parte, en el marco de los actos celebrados para la presentación de sus resultados, la compañía ofrece la posibilidad de seguir dichas reuniones en tiempo real mediante conference calls y webcasts. Dichos procedimientos ofrecen a los grupos de interés la oportunidad de interactuar y plantear todas aquellas preguntas y cuestiones que consideren relevantes. Este acto informativo queda grabado y almacenado, estando disponible a través de la web de Mediaset España hasta que tenga lugar la siguiente sesión.

De forma complementaria a las actividades periódicas de publicación de los resultados trimestrales y anuales indicadas anteriormente, a lo largo del año Mediaset España lleva a cabo la comunicación, mediante el procedimiento de comunicación de hechos relevantes a la CNMV, de aquellos aspectos de mayor relevancia que han afectado al precio de la cotización y que deben ser conocidos por el accionista o inversor. A su vez, en el marco de su Política de Comunicación con Accionistas, celebra a lo largo del año, conferencias, roadshows y reuniones con todos los inversores interesados en mantener un contacto con la compañía.



# RELACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Mediaset España considera que sus principales grupos de interés son aquellos colectivos que hacen posible su actividad empresarial o se ven afectados por ella, y por ello, los integra en su gestión mediante diversos canales de información, comunicación e interacción con la compañía.

Mediante la realización de roadshows, los canales establecidos por el área de Relaciones con Inversores y la Oficina del Accionista, se recogen las inquietudes de los accionistas y la comunidad inversora; a través de las mediciones de audiencia se toma el pulso de la adecuación de los contenidos que ofrece la compañía; mediante los foros y blogs abiertos en las páginas web se mantiene el diálogo con la audiencia; a través del buzón [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es) se comunica con todos aquellos interesados en la gestión responsable del negocio audiovisual, así como con quienes solicitan la colaboración de la compañía en trabajos académicos relacionados con la responsabilidad social; y a través de las agencias de medios canaliza la interacción con los anunciantes.

Mediante el Portal del Empleado y la intranet corporativa se transmite toda la información relevante para la plantilla y a través de los distintos Comités se recogen sus inquietudes y requerimientos.

A través de las reuniones periódicas y el contacto directo con el gestor de cada compra se mantiene un diálogo fluido con los proveedores, quienes también cuentan con una dirección de correo electrónico a través de la cual pueden plantear sus inquietudes y necesidades.

A su vez, la participación activa en asociaciones de referencia en el sector media, tales como la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) o la Association of Commercial Television in Europe (ACT), permite a la compañía intervenir en el desarrollo de las iniciativas que regulan la actividad del sector en el ámbito nacional, comunitario e internacional. Asimismo, mantiene contacto habitual con las Administraciones competentes en el sector audiovisual.

Los principales grupos de interés identificados por Mediaset España y los canales de comunicación establecidos para relacionarse con cada uno de ellos se detallan a continuación:

LOS PRINCIPALES GRUPOS DE INTERÉS SON AQUELLOS COLECTIVOS QUE HACEN POSIBLE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL O SE VEN AFECTADOS POR ELLA, Y POR ELLO, LA COMPAÑÍA LOS INTEGRA EN SU GESTIÓN MEDIANTE DIVERSOS CANALES DE INFORMACIÓN, COMUNICACIÓN E INTERACCIÓN.

# CANALES DE COMUNICACIÓN



## EMPLEADOS

- Intranet corporativa
- Portal del Empleado
- Tablones de anuncios
- Comités de Seguridad y Salud
- Comité de Empresa y Delegados Sindicales
- Agente de Igualdad
- Departamento de RR.HH



## ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR

- Depto. Contratación Artística
- Div. Producciones Especiales



## ACCIONISTAS E INVERSORES

- Informes anuales
- Junta General
- Roadshows
- Desayunos informativos
- Presentación de resultados trimestrales
- Reuniones y call conference
- Webcast
- Oficina del Accionista  
Tel. 91358 8717
- Relación con Inversores  
Tel. 91 396 6783  
Email: [inversores@mediaset.es](mailto:inversores@mediaset.es)  
<https://seguro.mediasset.es/contacta.html>



## ANUNCIANTES

- Dir. Comercial General de Publiespaña  
Tel. 91 395 90 00
- [www.publiesp.es](http://www.publiesp.es)
- Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL)
- Agencias de medios



## AUDIENCIA

- [www.mediasset.es](http://www.mediasset.es)
- webs de programas
- blogs, encuentros digitales, foros y encuestas de opinión



## PROVEEDORES

- Dir. Compras y SS. Generales
- [www.publiesp.es](http://www.publiesp.es)
- web de acceso privado para proveedores
- E-mail: [comprasyservicios@telecinco.es](mailto:comprasyservicios@telecinco.es)



## SINDICATOS

- Tablón de anuncios
- Tablón digital en la Intranet corporativa
- Comité de Empresa
- Redes sociales y blogs propios



## COMPETENCIA

- Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA)
- Asociación de Televisiones Comerciales Europeas (ACT)
- Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación



## ADMINISTRACIÓN

- Consejo Asesor para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (CATSI)
- 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 Energía, Turismo y Agenda Digital)
- Dirección General de Ordenación del Juego (Ministerio de Hacienda y Función Pública)
- Ministerio de Cultura
- Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)



## COMUNIDAD

- Organizaciones sociales: Dir. General Corporativa  
E-mail: [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es)
- Portal de Empleo  
<http://www.rrhhempleo.telecinco.es/>
- Ejercicio de los derechos ARCO  
E-mail: [arco@mediasset.es](mailto:arco@mediasset.es)
- División de Comunicación  
E-mail: [mediassetcom@mediasset.es](mailto:mediassetcom@mediasset.es)
- Responsabilidad Corporativa  
E-mail: [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es)

# PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE POLÍTICAS PÚBLICAS

DURANTE 2017, SE SIGUIERON APLICANDO LOS PROCEDIMIENTOS INTERNOS RELACIONADOS CON LA EMISIÓN DE PUBLICIDAD Y AUTOPROMOCIÓN TELEVISIVA ESTABLECIDOS A FIN DE DAR CUMPLIMIENTO A LOS CRITERIOS INTERPRETATIVOS DE LA CNMC SOBRE PUBLICIDAD.

Mediaset España traslada y asegura la representación de sus intereses legítimos ante las Administraciones Públicas en general y, en especial, ante los poderes legislativos y ejecutivos, tanto a nivel estatal como europeo, a través de las actuaciones del área de Relaciones Institucionales de la compañía.

Estas actuaciones se rigen por lo establecido en el Código Ético de la compañía y se centran en garantizar la representación de los intereses legítimos de Mediaset España ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), la Dirección General de Ordenación del Juego (DGOJ), la Presidencia del Gobierno y los Ministerios (Ministerio de Cultura, Ministerio de Industria o el Ministerio de Economía y Competitividad), el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, el Congreso de los Diputados y el Senado, así como ante la Comisión Europea, entre otros entes de carácter público.

La pertenencia a importantes asociaciones de referencia en el ámbito del sector media, tales como la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) o la Association of Commercial Television in Europe (ACT), permite a la compañía intervenir en la defensa y representación de los intereses comunes de las televisiones comerciales en el ámbito nacional, comunitario e internacional.

## Contribución al desarrollo del cine

Mediaset España contribuye anualmente con 5% de sus ingresos a la financiación de películas y series europeas y reserva más de la mitad de su tiempo de emisión anual a obras europeas, de conformidad con lo establecido en el artículo 5 de la Ley 7/2010, General de la Comunicación Audiovisual.

## Principales objetivos de la actividad desarrollada

- Aplicación de la Ley General de la Comunicación Audiovisual y de su desarrollo normativo, con especial énfasis en el refuerzo de la protección de menores y la correcta aplicación de las disposiciones aplicables en materia de publicidad televisiva.
- En el ámbito de la autorregulación, aplicación del “Sistema de Calificación por edades de productos audiovisuales”, suscrito por los operadores de televisión en abierto en 2015, bajo supervisión de la CNMC.

Este Sistema de calificación nace con vocación de constituir un marco más objetivo y sistematizado para la calificación por edades de contenidos, y ser un instrumento que dote de información a los tutores, los propios menores y la sociedad en su conjunto sobre los contenidos potencialmente perjudiciales que pueda tener un determinado programa audiovisual.

- Aplicación de la regulación de juego de azar a los concursos televisivos; en este contexto, destaca la participación de Mediaset España como miembro del Consejo Asesor de Juego Responsable, creado al amparo de la DGOJ así como en la Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades de Juego.
- Defensa de un sistema público de televisión transparente y racional, con un verdadero enfoque de servicio público en sus contenidos, y sometido a mecanismos de control real, y con un estricto cumplimiento de la normativa vigente, en especial en materia publicitaria.
- Defensa de una sistema transparente y equitativo para la gestión de propiedad intelectual, reivindicando una mayor transparencia y control de las entidades de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual así como la aplicación de unas tarifas equitativas y proporcionadas por parte de éstas basadas en el uso efectivo del repertorio que representan.
- Participación en el proceso de revisión de la Directiva europea sobre servicios de comunicación audiovisual, actualmente en marcha. (directiva 2010/13/ue).
- A través de UTECA, ha colaborado en las consultas públicas promovidas por la Administración, en particular las relativas a 5G y a la Agenda Digital.
- Participación, a través de UTECA, en la alianza Televisión Abierta, que en 2017 llevó a cabo un exhaustivo informe que recoge la importancia de la TDT en abierto, en sus distintas vertientes sociales y económicas.



Para más información sobre televisión abierta  
<http://televisionabierta.es/2017/07/09/informe-deloitte-television-en-abierto-contribucion-a-la-sociedad-espanola/>

## Contribución a la financiación de la televisión pública

Mediaset España, como operador de televisión en abierto en el país, contribuye anualmente a la financiación de la Corporación RTVE, según lo establecido en la Ley 8/2009, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española.

## Participación en iniciativas de RC

### Pacto Mundial

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. En este sentido, la compañía elabora anualmente su informe de progreso, mediante el cual comunica las actuaciones llevadas a cabo para implantar los Diez Principios.



### Clúster de Transparencia, Buen Gobierno e Integridad

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.

### Carbon Disclosure Project

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.



### Clúster de Cambio Climático

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.

### FTSE4Good

Desde el año 2008 Mediaset España forma parte del FTSE4Good Index, 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, etc.



### Asociación de Emisores Españoles

Mediaset España forma parte, desde 2012, de la Asociación de Emisores Españoles, asociación cuya finalidad es:

- Fomentar medidas que refuercen la seguridad jurídica en todo lo relacionado con la emisión de valores cotizados.
- Participar en el desarrollo de un mejor marco legal tanto en el ámbito nacional como europeo.
- Contribuir al desarrollo de estándares elevados de gobierno corporativo.
- Promover la comunicación entre las sociedades y sus accionistas.
- Mantener una relación de diálogo y cooperación con la Administración y, en especial, con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).



### Consejo Asesor de Juego Responsable

En el ámbito de la gestión responsable de la actividad de juego, Mediaset España forma parte del Consejo Asesor de Juego Responsable, desde su constitución. Este organismo tiene el objetivo de velar por las posibles consecuencias del juego sobre la seguridad y el bienestar de los consumidores, y para ello, sirve de foro para que los diversos grupos implicados trabajen juntos para lograr una aproximación ética y responsable de los juegos de azar en España.

### Global Reporting Initiative

Desde 2012, Mediaset España sigue los principios establecidos en el Marco para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad elaborado por Global Reporting Initiative (GRI), organización sin fines de lucro cuyo objetivo es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones.

El Marco, que incluye la Guía para la elaboración de Memorias, establece los principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social, y ha ido perfeccionando su adaptación a los distintos sectores de actividad mediante los suplementos sectoriales de reporte, complementarios al Marco general. Mediaset España da respuesta en su Informe de RC no sólo a los contenidos generales planteados en Guía, sino también al suplemento sectorial correspondiente.



### Responsible Media Forum

Desde 2017, Mediaset España forma parte del partenariado internacional 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.



# MODELO DE NEGOCIO

MEDIASET *españa.*



# ESTRATEGIA

## MEDIASET ESPAÑA, LÍDER EN RENTABILIDAD MAXIMIZANDO SUS INGRESOS PUBLICITARIOS Y DE AUDIENCIA.

El año 2017 ha sido un periodo de consolidación para la televisión en abierto. Ha sido el primer ejercicio en el que se han asentado todos los nuevos canales TDT, en el que la competición por mantener la posición de las televisiones generalistas respecto de los canales de nicho ha sido importante. Una vez más, los resultados de las audiencias y los resultados financieros de Mediaset España en 2017 han sido excepcionales.

Mediaset España ha cumplido su principal objetivo fijado para 2017 que consistía en ser líder en rentabilidad maximizando sus ingresos publicitarios y de audiencia.

Mediaset España se erigió por séptimo año como el grupo audiovisual líder de audiencia en consumo lineal y digital y con Telecinco como la cadena más vista. Ratificó la solidez de su liderazgo como grupo de televisión más visto, tanto en el consumo lineal de televisión en total individuos (28,7%), prime time (28,5%), target comercial (30,5%) y jóvenes 13-24 años (35,2%) como en el consumo digital, con la oferta de vídeos televisivos más vista en Internet y con los sites de televisión con mayor número de usuarios únicos.

### Total Día. Total Individuos. Grupos Televisión



5

Telecinco (13,3%) sumó 18 años de liderazgo entre las cadenas comerciales y es la cadena más vista por sexto año consecutivo con 1 punto de ventaja sobre la segunda opción. Lidera el target comercial (12,5%) a 4 décimas de su principal competidor (12,1%) y se impone en prime time por sexto año consecutivo al resto de sus competidores con un 13,5% de share, 0,7 puntos más que su directo competidor (12,8%).

4

Cuatro (6,2%), tercera cadena nacional privada en target comercial (7,3%) y consolida su fortaleza entre el público millennial (7,4%)

F

Factoría de Ficción, sexto año consecutivo como líder de los temáticos (3,1%), acumula 69 victorias mensuales y es la tercera televisión nacional en jóvenes 13-24 años (8,9%).

d

Divinity (2,2%) es la temática femenina líder en mujeres 16-44 años (3,6%) y target comercial (2,8%) y la tercera temática más vista junto a Nova.

E

Energy (2%) anota el mejor dato de su historia y crece hasta el 2,2% en target comercial.

BE MAD

Be Mad (0,6%) suma 2 décimas respecto al año anterior. También eleva su media nacional en el target comercial (0,8%) y en hombres 16-44 años (0,9%).

Boing

Boing (12,2% en niños 4-12 años) es el canal infantil líder de la televisión comercial por quinto año consecutivo con una ventaja de 2,3 puntos sobre Disney Channel (9,9%), a quien se impone también en total individuos (1,3% vs. 1,1%).



LA ESTRATEGIA DEL GRUPO EN 2018 IRÁ DIRIGIDA A MANTENER Y FORTALECER LOS CONTENIDOS PROPIOS, ATRAER NUEVOS PÚBLICOS, GENERAR NUEVOS FORMATOS Y ATENDER A LAS PREFERENCIAS DE LAS DISTINTAS AUDIENCIAS CON UNA OFERTA MULTIPLATAFORMA.

Mediaset España obtiene estos resultados siendo fiel a su esencia, una televisión en abierto generalista que ofrece al espectador experiencias, sentimientos, información y entretenimiento. Tanto es así que la estrategia del Grupo en 2018 irá dirigida a mantener y fortalecer los contenidos propios, atraer nuevos públicos, generar nuevos formatos y atender a las preferencias de las distintas audiencias con una oferta multiplataforma.

En ese sentido, en 2018 la estrategia pivotará sobre los siguientes ejes:

### 1. Seguir siendo la empresa líder en rentabilidad en televisión en abierto maximizando los ingresos de publicidad y la audiencia

En el entorno competitivo en el que se encuentra el sector de la televisión, es un objetivo principal de Mediaset España contribuir al fortalecimiento del mismo. La televisión en abierto continúa siendo el medio más eficaz para rentabilizar campañas publicitarias. Esa eficacia se debe al éxito de atraer diferentes y grandes masas de audiencia a través de contenidos atractivos. Para que el sector continúe siendo fuerte es fundamental que sea rentable para los operadores que compiten en él. La renuncia a ello y priorizar audiencias o ventas de publicidad sobre la rentabilidad del sector, tendría fatales consecuencias.

Es por lo anterior que Mediaset España se fija como primer y principal objetivo, continuar siendo la televisión en abierto más rentable. La persecución del mismo se realiza tratando de ser líderes en audiencia, fieles a nuestra línea editorial, y buscando la mayor maximización de los ingresos de publicidad.

### 2. Ofrecer un abanico de contenidos multiplataforma.

Mediaset España quiere llegar a todos los públicos basándose principalmente en la oferta de contenidos que posee. A su vez, quiere atraer al mundo de la televisión, a aquellos públicos que consumen contenidos específicos del mundo digital. La compañía integra toda la oferta de contenidos a través de sus distintos canales, ya sea en abierto, en su plataforma web, en app's, en plataforma para móviles y tablets y en otros tipos de distribución que puedan aparecer.

Los contenidos de Mediaset España continúan enamorando al espectador, donde 10 de los 20 programas más vistos en 2017 han sido de Telecinco.

La variedad de la oferta de contenidos de Mediaset España es lo que fideliza y atrae a su audiencia, donde encuentran un lugar donde poder disfrutar de entretenimiento, información, realities, series, películas, noticias, eventos deportivos, etc.

Mediaset España se ha situado en 2017, un año más, a la cabeza en consumo de vídeo por Internet, según datos de comScore. A las principales cabeceras de sus canales, Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es y sus plataformas de contenidos a en directo y a la carta Mitele.es y Mtmad.es, se han sumado este año nuevos desarrollos como GeneraciónPro.es, web dirigida al deporte base y Yasss.es, con contenidos especialmente destinados a la llamada 'generación Z' y los millennials, con las que la compañía se ha alzado por segundo año consecutivo hasta la primera posición con un promedio mensual de 79 millones de vídeos vistos frente a los 60,6 millones de su principal competidor<sup>1</sup>.

Mediaset España ha vuelto a establecer un elevado nivel de *engagement* con sus espectadores, que han sumado 11,6 millones de usuarios únicos de media al mes en 2017 entre todos sus sites, siendo Telecinco.es la más visitada un año más, con un promedio de 7,8 millones de usuarios únicos frente a los 7,3 millones de Antena3.com.

Además, Mediaset España ha sido el grupo de televisión líder en consumo de vídeo con un promedio de 339 millones de minutos de vídeos vistos al mes, situándose en el ranking general sólo por detrás de Google, Openload, Facebook, VEVO y Broadband TV. Con 3 horas y 49 minutos de consumo de vídeo por espectador, también ha sido el grupo con la permanencia más alta, frente a Atresmedia, que se sitúa por debajo de las 2 horas y media.

Por lo que respecta a las plataformas de contenidos de televisión, Mitele se ha situado como la plataforma líder nacional en consumo de vídeo con una media de 263 millones de minutos de vídeo consumidos al mes entre febrero y noviembre, superando en un 60% a Atresplayer, que registra una

1. Últimos datos auditados período febrero-noviembre. Fuente: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio calculado en base a datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC.

MEDIASET ESPAÑA HA SIDO EL GRUPO DE TELEVISIÓN LÍDER EN CONSUMO DE VÍDEO CON UN PROMEDIO DE 339 MILLONES DE MINUTOS DE VÍDEOS VISTOS AL MES

media de 164 millones de minutos de vídeo consumidos; mientras que Mtmad.es ha conseguido en el mes de noviembre 691.000 visitantes únicos, superando a Flooxer en un 4,5%.

Por otro lado, las apps de Mediaset España han acumulado hasta noviembre 15,2 millones de descargas en smartphones y tablets, siendo las más descargadas Mitele (7,2 millones), 'Gran Hermano' (3,7 millones), 'La Voz' (1,9 millones) y Mediaset Sport (700.000).

### 3. Adecuación al marco normativo.

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.

La compañía ha culminado con éxito las adaptaciones a todas las nuevas regulaciones sectoriales y de competencia promovidas por el regulador. Ello se ha reflejado en el descenso de expedientes incoados y en una mayor colaboración directa con el regulador en las materias objeto de adaptación como son las de calificación de contenidos, emisión de publicidad y evolución tecnológica.



# MODELO DE NEGOCIO

## PRINCIPALES RECURSOS

Disponibilidad de **recursos financieros**

**Medios técnicos, tecnológicos e infraestructuras** punteras

**Talento creativo**

**Relaciones comerciales** que aseguran el acceso a una programación puntera

**Amplio abanico** de medios de difusión

Sólidas **relaciones comerciales** con los anunciantes

**Relación 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

#### DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS **2**

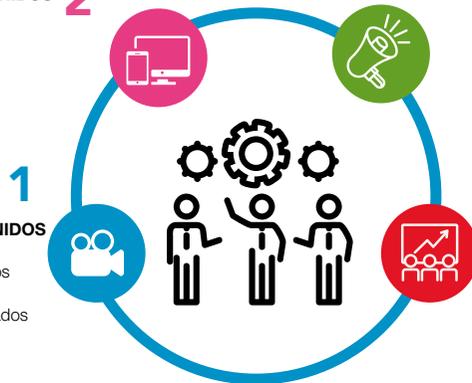
- TDT
- Webs/app
- Salas de cine y home video
- Plataformas de pago
- Agencia de noticias

#### PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

- Creadores internos / externos
- Propiedad intelectual
- Licencias y productos derivados
- Trademarks

#### COMPRA DE CONTENIDOS

- Gestión de derechos de emisión



#### **3**

#### VENTA DE PUBLICIDAD

- Creación interna / externa de piezas publicitarias

#### **4**

#### ANÁLISIS DE AUDIENCIA

- Análíticas y Metadata

### ÁREAS CORPORATIVAS DE SOPORTE

### MODELO DE GOBIERNO



## QUÉ NOS DIFERENCIA

**Contenidos audiovisuales atractivos** para la audiencia

**Oferta multicanal y multiplataforma**

**Política comercial** de bloques cortos en prime time, oferta multipantalla y superspot

**Riqueza de targets** única a nivel nacional

**Capacidad de afrontar cambios** con rapidez

## EL VALOR QUE CREAMOS Y DISTRIBUIMOS



#### Accionistas

Dividendo accionistas

#### Trabajadores

Empleo directo

**1.273 trabajadores**

#### Anunciantes

Valor para nuestros anunciantes

**Ratio de eficacia publicitaria= 151**

Entretenimiento valorado por la audiencia

**28,7% cuota media de pantalla**

#### Comunidad

Apoyo a causas sociales

**13,5 millones €**

Contribución a hacienda

**194 millones €**

Inversión en mejoras ambientales

**359 miles €**

Inversión en Producción (ajena y ficción) y Coproducción

**173,1 millones €**

Pagos a proveedores y artistas

Datos a 31/12/2017

# FACTORES CLAVE DE ÉXITO Y DIFERENCIACIÓN

Para garantizar el desarrollo sostenible de su proyecto empresarial, Mediaset España necesita contar con un equipo de personas que posean las aptitudes y actitudes necesarias para desempeñar con éxito los roles asignados, que entiendan y se comprometan con los valores y el comportamiento esperado que debe guiar sus actuaciones.

La flexibilidad de su modelo junto con la rapidez con la que afronta los cambios, en caso de necesitar sustituir o emitir un nuevo programa, permite a Mediaset España contar con una amplia oferta de programación.



# OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

## DIMENSIÓN ECONÓMICA

**INGRESOS TOTALES NETOS (MILLONES DE EUROS)**

**996**

2016: 992  
2015: 971,9

**RESULTADO/ INGRESOS NETOS**

**24,6%**

2016: 22,6%  
2015: 21,1%

**RESULTADO EBITDA AJUSTADO (MILLONES DE EUROS)**

**262,2**

2016: 241,1  
2015: 222,67

**RESULTADO EBITDA AJUSTADO/ INGRESOS NETOS**

**26,3%**

2016: 24,3%  
2015: 22,9%

**POSICIÓN FINANCIERA NETA (MILLONES DE EUROS)**

**135,3**

2016: 177,5  
2015: 192,41

**IMPUESTOS PAGADOS EN ORIGEN (MILLONES DE EUROS)**

**58**

2016: 55,09  
2015: 53,19

**AYUDAS ECONÓMICAS RECIBIDAS DE GOBIERNOS (MILES DE EUROS)<sup>1</sup>**

**600**

2016: 318  
2015: 707

**DONACIONES A LA COMUNIDAD (MILES DE EUROS)**

**107**

2016: 119  
2015: 78

**PRODUCTORAS QUE GENERAN CONTENIDOS**

**34**

2016: 34  
2015: 32

**PROGRAMAS GENERADOS**

**120**

2016: 84  
2015: 101

**CONTRATOS DE ADQUISICIÓN DE PRODUCCIÓN AJENA**

**63**

2016: 68  
2015: 90

**INVERSIÓN EN MEJORAS AMBIENTALES (MILES DE EUROS)<sup>1</sup>**

**359**

2016: 553  
2015: 244

**NÚMERO DE ANUNCIANTES<sup>2</sup>**

**869**

2016: 905  
2015: 924

**NÚMERO DE ACCESOS A WEB (EN MILES)<sup>3,4</sup>**

**777.808**

2016: 1.122.803  
2015: 1.399.202

**MEDIA DE USUARIOS ÚNICOS DE WEB<sup>4,5</sup>**

**VER CUADRO**

2016: 2.126.269  
2015: 2.529.115

1. Corresponde fundamentalmente a la inversión en mejoras en iluminación y climatización.

2. Se han considerado solamente los anunciantes con inversión, en todas las cadenas de Mediaset España.

3. Corresponde a las visitas a las web de Telecinco, Cuatro, Divinity, Mitele, Radioset y a la web corporativa.

4. Datos elaborados en base a MMX multiplataforma de Comscore.

5. Desde 2017 se cuenta con los datos facilitados por Comscore, que proporciona promedios mensuales en lugar de diarios, como se reportaba anteriormente

Usuarios únicos	MEDIASET	TELECINCO.ES	CUATRO.COM	DIVINITYES	MITELE	RADIOSET
Promedio mensual 2017	11.457.398	7.711.909	3.634.648	1.758.592	2.465.661	783.762
Promedio mensual 2016	10.589.569	7.648.224	2.874.186	1.343.369	2.898.449	1.021.781

# OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

## DIMENSIÓN SOCIAL

### PROGRAMACIÓN CON CONTENIDO SOCIAL (NÚMERO DE EMISIONES)

**2.555**

2016: 2.445  
2015: 2.190

### CESIÓN DE ESPACIOS PUBLICITARIOS EN APOYO A CAUSAS SOCIALES (MILES DE EUROS)<sup>1</sup>

**13.341**

2016: 10.538  
2015: 25.755

### INVERSIÓN EN FORMACIÓN (MILES DE EUROS)

**149**

2016: 156  
2015: 207

### HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO <sup>2</sup>

**15,5**

2016: 10,38  
2015: 15,67

### EMPLEADOS CON EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO <sup>3</sup>

**24%**

2016: 23%  
2015: 24%

1. A partir de la aprobación de la Ley de Economía Sostenible en 2011, toda publicidad de ONGs que anteriormente se computaba como publicidad, pasa a ser no computable.

2. Para este ratio se ha tenido en cuenta la plantilla media 2017.

3. Corresponde a plantilla con evaluación de desempeño de Mediaset España y Publiespaña.

# OTROS INDICADORES DE DESEMPEÑO

## DIMENSIÓN MEDIOAMBIENTAL

CONSUMO DE  
PAPEL (KG)

**17.567**

2016: 19.075  
2015: 18.451

CONSUMO DE TÓNERS Y  
CARTUCHOS DE IMPRE-  
SIÓN (UNIDADES)

**1.121**

2016: 941  
2015: 951

CONSUMO DE PILAS/  
BATERÍAS (KG)

**2.247**

2016: 2.561  
2015: 2.757

CONSUMO DE DISCOS/  
CINTAS (KG)

**1.734**

2016: 1.325  
2015: 2.622

RESIDUOS  
GENERADOS (KG)

**458.134**

2016: 496.462  
2015: 126.417

CONSUMO  
DE AGUA (M³)

**28.662**

2016: 26.282  
2015: 29.858

CONSUMO DE  
ELECTRICIDAD (GJ)

**63.919**

2016: 63.256  
2015: 62.711

CONSUMO DE GASÓLEO  
(GJ)

**76**

2016: 79  
2015: 36

CONSUMO DE GAS  
NATURAL (GJ)

**4.638**

2016: 4.257  
2015: 4.044

EMISIONES DE GEI (TN) ALCANCE 1

**1.278,24**

2016: 845  
2015: 813

EMISIONES DE GEI (TN) ALCANCE 2

-

2016: -  
2015: 5.319

EMISIONES DE GEI (TN) ALCANCE 3

**182.955**

2016: 265.810  
2015: 2.019

# NEGOCIO AUDIOVISUAL

## 2017 HA RESULTADO UN AÑO CLAVE PARA LA TELEVISIÓN EN ABIERTO EN GENERAL Y PARA MEDIASET ESPAÑA EN PARTICULAR.

2017 ha resultado un año clave para la televisión en abierto en general y para Mediaset España en particular, y lo ha sido por varios factores.

El primero, porque en un escenario de creciente competencia, progresiva fragmentación de audiencia y tendencias hacia nuevas formas de consumo, esta compañía ha ratificado la solidez de su liderazgo como el grupo de televisión más visto en España por séptimo año consecutivo, tanto en el consumo lineal de televisión como en el consumo digital, con la oferta de vídeos más vista en Internet y con los sites de televisión con mayor número de usuarios únicos.

El segundo, por la evidencia cada vez mayor de que la televisión comercial es el medio rey como soporte publicitario; el único capaz de garantizar al anunciante su elevada cobertura. Una realidad cada vez más creciente tras el auge de la televisión de pago y la irrupción de nuevas plataformas ante la cual Mediaset España ha desplegado ante los anunciantes el más eficaz catálogo de soportes en la televisión tradicional y digital en un entorno seguro para las marcas, reiterando con la gestión de su espacio su liderazgo del mercado con la mayor cuota de inversión de los medios de comunicación en nuestro país. Y todo ello con márgenes que, además, le sitúan de nuevo como uno de los grupos audiovisuales más rentables a nivel europeo.

El tercero, porque ningún otro medio o plataforma de contenidos acerca al espectador la actualidad de los temas que más preocupan a la ciudadanía como lo hace la televisión. Y en este sentido, Mediaset España ha vuelto a situarse un año más como referente informativo en un año de especial relevancia política y social dentro y fuera de nuestro país a través de Atlas, la agencia audiovisual de noticias a nivel nacional, y su redacción de informativos para Telecinco y Cuatro.

La compañía ha conjugado nuevamente su liderazgo en información con su compromiso con hacer compañía a los espectadores a través de una oferta generalista y temática en la que de nuevo han brillado sus propuestas de ficción y entretenimiento, situándose como uno de los principales creadores y productores de contenidos de España.

También ha vuelto a hacer historia a través de Telecinco Cinema, con cuyas películas ha liderado la industria cinematográfica española en cuota de mercado, recaudación y número de espectadores con sus cuatro producciones estrenadas en el año, situadas todas ellas como las más vistas del cine español en 2017.

En todas sus líneas de negocio la compañía ha aplicado un modelo de gestión enfocado a la rentabilidad y la remuneración al accionista, cuya confianza ha premiado un año más con un posicionamiento de mercado privilegiado en nuestro país.

Mediaset España afronta así en inmejorables condiciones el periodo de transición hacia la digitalización definitiva del sector audiovisual, un camino ante el cual está llevando a cabo un proceso interno de transformación y adaptación, como tantas otras veces ha realizado, liderando siempre todos los escenarios por los que ha atravesado a lo largo de su historia.



LA COMPAÑÍA HA CONJUGADO NUEVAMENTE SU LIDERAZGO EN INFORMACIÓN CON SU COMPROMISO CON HACER COMPAÑÍA A LOS ESPECTADORES A TRAVÉS DE UNA OFERTA GENERALISTA Y TEMÁTICA EN LA QUE DE NUEVO HAN BRILLADO SUS PROPUESTAS DE FICCIÓN Y ENTRETENIMIENTO.

SU OFERTA HA VUELTO A SER LA MÁS DEMANDADA POR LOS ESPECTADORES DE TELEVISIÓN NO SÓLO A TRAVÉS DEL CONSUMO LINEAL EN TDT, SINO TAMBIÉN MEDIANTE TODAS LAS NUEVAS FORMAS DE CONSUMO EN DIRECTO Y A LA CARTA EN DIFERENTES SOPORTES Y DISPOSITIVOS.

## Mediaset España, líder de audiencia en consumo lineal y digital

No ha habido año desde su creación como grupo audiovisual, y ya acumula siete, que Mediaset España no haya liderado la audiencia en nuestro país. Su oferta ha vuelto a ser la más demandada por los espectadores de televisión no sólo a través del consumo lineal en TDT, sino también mediante todas las nuevas formas de consumo en directo y a la carta en diferentes soportes y dispositivos, en los que ha estado presente en 2017 implementando constantes desarrollos tecnológicos y digitales con los que se ha situado a la vanguardia del proceso de transformación del sector audiovisual.

Entre sus canales se encuentran Telecinco, la televisión más vista con una oferta dirigida a todo tipo de público; Cuatro, el tercer canal de televisión entre los millennials; Factoría de Ficción, líder de los temáticos con su oferta de series y cine; Boing, canal infantil más visto de la televisión comercial; Divinity, la temática femenina líder entre las mujeres jóvenes; Energy, la primera televisión temática de ficción internacional para el público joven masculino y BeMad, el primer canal divulgativo HD de la televisión en abierto.

Con la suma de todos ellos, Mediaset España ha cerrado el año con un 28,8% en total individuos, con una ventaja de 2,2 puntos sobre su inmediato competidor (26,6%). El grupo ha logrado imponerse en target comercial (30,5%) y en prime time (28,5%), alejándose de Atresmedia en 1,9 y 1,6 puntos, respectivamente. Mediaset España ha sido el grupo de comunicación preferido por los jóvenes de 13 a 24 años por séptimo año consecutivo con un destacado 35,2% de share, cifra con la que abre una brecha de 7,2 puntos sobre el segundo grupo (28%).

Además, cuenta con la oferta televisiva de referencia en Internet, tanto en vídeos vistos como en fidelidad y permanencia en sus diferentes sites, entre los que destacan las webs oficiales de sus televisiones Telecinco.es, Cuatro.com, Divinity.es, entre otras, y sus dos plataformas de contenidos: Mitele, con toda la oferta de Mediaset España en directo y a la carta disponible en Internet, su app y la televisión conectada; y Mtmad, canal de vídeos nativos para millennials, con las que se ha alzado por tercer año consecutivo hasta la primera posición en minutos de vídeos vistos a lo largo del año con un promedio mensual de 339 millones de minutos vistos al mes y 79 millones de vídeos vistos. Mediaset España ha sido líder en fidelidad con un promedio mensual de 3 horas y 49 minutos de vídeo consumido al mes por usuario, cifras que muestran la fortaleza de su contenido en el entorno digital (\*).

(\*). Últimos datos auditados. Fuente: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio calculado en base a datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC. Los datos de Videometrix no tienen en cuenta el mes de enero ya que los datos de Mediaset España se vieron afectados por una incidencia ajena a la compañía.

GRUPO DE TELEVISIÓN MÁS VISTO EN ESPAÑA (SHARE)

**28,7%**





# 18 años líder entre las televisiones comerciales

2017 ha sido el año de la mayoría de edad para el liderazgo de audiencias de Telecinco: 18 años ininterrumpidos en la primera posición de audiencias entre las cadenas comerciales y televisión más vista por sexto año consecutivo con un 13,3% de share, lo que supone 1 punto de ventaja sobre la segunda opción. Su hegemonía se ha extendido al target comercial (12,5%) y a la franja de máximo consumo televisivo, el prime time, también por sexto año, con un 13,5% de cuota de pantalla.

Su acertada combinación de entretenimiento, ficción e información ha convertido a la cadena en la opción preferida por todos los targets de audiencia por edades, excepto los niños, con los jóvenes de 13 a 24 años y los espectadores de 25 a 34 años como sus segmentos más destacados con un 12,3% y un 13,0% de share respectivamente, frente al 11,6% y el 11,2% de share de su rival en estos parámetros. Entre los millennials (jóvenes urbanos de 16 a 34 años) Telecinco es también primera opción (13,1%), a 1,6 puntos de Antena 3 (11,5%).

En un análisis aún más pormenorizado, el nuevo liderazgo anual de Telecinco, los datos resultan aún más rotundos: ha liderado 11 de los 12 meses del año y ha sido la cadena más vista en mayor número de jornadas (251 días), el 68,8% de las disputadas. También se ha impuesto a sus competidores en prácticamente todas las franjas de emisión: total día (13,3%), prime time (13,5%), day time (13,2%), tarde (15,1%) y late night (15,8%), siendo además la televisión más vista en sobremesa (11,5%) entre las cadenas comerciales. Por mercados regionales, ha sido primera opción en Asturias (20,9%), Canarias (15,2%), Murcia (15,5%), Andalucía (13,7%), Galicia (13,8%), Euskadi (14,7%) y Madrid (13,9%), con datos por encima de su media nacional en todos ellos. Telecinco ha sido también la cadena más vista en 5 de las 7 las noches de la semana: martes (14,9%), miércoles (15,6%), jueves (15,7%), sábado (14,1%) y domingo (14,2%).

## Sin rival en entretenimiento

Cercanía con los espectadores, intención de acompañarles y una oferta contenidos viva basada en la producción propia, que representa el 94,7% de sus contenidos anuales emitidos, y la emisión en directo, con más del 50% de sus horas de emisión en 2017, han convertido a Telecinco en el referente de entretenimiento televisivo en abierto en el sector audiovisual español. Espacios informativos, magazines, entrevistas, dating shows, talent shows, concursos, realities y productos de ficción han vertebrado la parrilla de la cadena, convirtiéndola en la preferida por la audiencia en las principales franjas horarias.

Entre los espacios de prime time, una vez más la tercera edición de 'La Voz Kids', presentada por Jesús Vázquez, ha sido el programa de entretenimiento más visto de la televisión en 2017 con un 22,9% de share y 3.128.000 espectadores. Las actuaciones de los pequeños artistas, bajo la atenta mirada de David Bisbal, Rosario Flores y Antonio Orozco fueron lo más visto en todos los targets sociodemográficos, estableciendo más de 5 puntos de ventaja sobre la oferta del inmediato competidor. También en el ámbito de los talent shows, 'Got Talent España', presentado por Santi Millán y con la participación de Edurne, Jorge Javier Vázquez, Risto Mejide y Eva Hache, ha concluido su segunda temporada este año como el tercer programa más visto tras mejorar 1,9 puntos respecto a su edición anterior y alcanzar el 20,9% de share y 2.762.000 espectadores.

En lo que a realities se refiere, 'Supervivientes' se ha convertido en el segundo programa de entretenimiento más visto del año con un 26,3% de cuota de pantalla y 2.910.000 espectadores, situando sus tres últimas ediciones por encima del 26%. También 'GH VIP 5' ha liderado de forma absoluta en 16 de las 17 galas emitidas, superando en más

LÍDER EN PRIME TIME

# 13,3%

SU ACERTADA  
COMBINACIÓN DE  
ENTRETENIMIENTO,  
FICCIÓN E  
INFORMACIÓN HA  
CONVERTIDO A  
LA CADENA EN LA  
OPCIÓN PREFERIDA  
POR TODOS LOS  
TARGETS DE  
AUDIENCIA POR  
EJEMPLOS.

EL BROCHE DE ORO DE LA TARDE LO HA VUELTO A PONER 'PASAPALABRA', QUE CON UN 16,4% DE SHARE Y 1.951.000 ESPECTADORES SE HA MANTENIDO UN AÑO MÁS COMO EL CONCURSO MÁS COMPETITIVO DE LA TELEVISIÓN, LIDERANDO SU BANDA HORARIA POR DÉCIMO AÑO CONSECUTIVO.



de 7 puntos a su inmediato rival con un 18,1% de share y 2.099.000 seguidores, mientras que 'Gran Hermano Revolution' ha sido la primera opción en 13 de sus 14 galas con una ventaja de 5,1 puntos sobre su competidor.

Los espectadores de Telecinco han tenido ocasión de entrar en los hogares y bucear en las vidas de diversas celebridades junto a Bertín Osborne en las nuevas entregas de 'Mi casa es la tuya', que con un 14,9% de share y 2.152.000 espectadores ha sido la primera opción de su franja de emisión.

La producción propia ha sido también el puntal principal de la programación de Telecinco en day time: 'El programa de Ana Rosa' (18,4% y 544.000) se escribe ya con letras de oro en la historia de la televisión al situarse en su decimotercera temporada como líder de las mañanas 12 años consecutivos, marcando además la mayor distancia sobre su competidor principal, 'Espejo público' (16,0% y 460.000), de los dos últimos años respecto al año anterior (de 1,7 puntos a 2,4).

'Mujeres y hombres y viceversa', con Emma García al frente, ha marcado un 11,1% de share y 707.000 espectadores, situándose como líder su franja de emisión en target comercial (15,0%) y creciendo notablemente en el grupo de jóvenes de 13 a 24 años (25,9%). Por su parte, Carlota Corredera y los estilistas de 'Cámbiame' han colocado este programa como primera opción en su franja entre las televisiones comerciales con un 11,4% de share y 1.223.000 espectadores.

Por la tarde, el singular universo de 'Sálvame' capitaneado por Jorge Javier Vázquez, Paz Padilla y Carlota Corredera, con la suma de sus ediciones 'Naranja' y 'Limón', ha liderado nuevamente su franja de emisión alcanzado un 16,3% de share y 1.702.000 espectadores y estableciendo la mayor ventaja sobre su competidor de los últimos seis años. En su edición de los sábados por la noche, 'Sábado Deluxe', la franquicia 'Sálvame' cosecha también el éxito con un 14,9% de cuota de pantalla y 1.511.000 espectadores.

El broche de oro de la tarde lo ha vuelto a poner 'Pasapalabra', que con un 16,4% de share y 1.951.000 espectadores se ha mantenido un año más como el concurso más competitivo de la televisión, liderando su banda horaria por décimo año consecutivo.



LA YA MÍTICA 'LA QUE SE AVECINA' HA SIDO UNA VEZ MÁS LA SERIE MÁS VISTA DE TELECINCO Y LA FICCIÓN CON MEJOR CUOTA DEL AÑO EN TODAS LAS TELEVISIONES.

## Las series de Telecinco: ficción de calidad

Además de volver a obtener el beneplácito de la audiencia -Telecinco ha situado en el año tres series entre las cinco más vistas, dos de ellas de estreno-, en 2017 ha destacado el aplauso unánime con el que la crítica y el público más exigente han recibido una de las más potentes apuestas de ficción en el curso televisivo: 'Se quién eres' (15,2% y 2.386.000). La serie creada y producida por Pau Freixas y protagonizada por Francesc Garrido, Blanca Portillo, Aida Folch, Susana Abaitua, Álex Monner, Antonio Dechent y Nancho Novo ha obtenido el Premio Ondas a la Mejor serie nacional y Premio MIM a la Mejor Ficción Dramática. Esta producción ha sido una de las ficciones de estreno más vista en las cadenas comerciales, ocupando la tercera plaza de un podio copado por otras dos series de Telecinco: 'Perdóname Señor', que ha supuesto el esperado regreso de Paz Vega a la televisión y se ha convertido en la serie de estreno más vista del año (19,1% y 2.816.000); y 'El accidente', segunda ficción de estreno más exitosa de 2017 con un 17,6% de cuota de pantalla y 2.711.000 espectadores.

La ya mítica 'La que se acerca' ha sido una vez más la serie más vista de Telecinco y la ficción con mejor cuota del año en todas las televisiones (empatando con 'Allí abajo' de Antena 3). Las nuevas aventuras de los vecinos de Mirador de Montepinar han obtenido el mejor target comercial en lo que a ficción se refiere (23,5%) y los mejores registros de todas las cadenas en visionados en diferido.

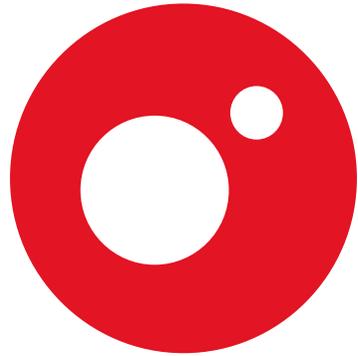


## Informativos Telecinco: referencia informativa por 5º año consecutivo

El año 2017 pasará formar parte de la historia reciente de nuestro país como uno de los periodos de mayor trascendencia política y social, con una agenda informativa marcada por asuntos de gran calado que han despertado un extraordinario interés público y una avidez de noticias generalizada en los espectadores. En este contexto, Informativos Telecinco ha despedido el año como líder indiscutible en el conjunto de las principales ediciones de informativos -sobremesa y tarde de lunes a domingo- con un 14,2% de cuota de pantalla y 1.854.000 espectadores, 1,6 puntos sobre su homólogo en la cadena rival y por encima incluso de los espacios informativos de la televisión pública.

En sus ediciones de lunes a viernes, Informativos Telecinco 21:00h ha sido durante 2017 el espacio de información más visto de todas las televisiones con 2.307.000 espectadores y un 16,3% de share. Su equilibrada fórmula de objetividad, independencia, inmediatez y cercanía ha convertido a la edición de Pedro Piqueras en el espacio más visto de la jornada en todas las cadenas en 44 jornadas del año. A mediodía, Informativos Telecinco 15:00 horas en sus ediciones de lunes-viernes, presentadas por David Cantero e Isabel Jiménez, se ha situado con un 13,7% y 1.695.000 espectadores como la oferta informativa más seguida de su franja de emisión entre las televisiones comerciales. Durante el fin de semana, José Ribagorda y Ángeles Blanco han conseguido liderar la oferta informativa del prime time con un 12,5% de share y 1.696.000 espectadores.





# Público joven y urbano

## **Público joven y urbano, clave de Cuatro para erigirse como oferta destacada para los millennial (7,4%) y como la tercera privada en target comercial (7,3%)**

Ocho años después de su integración en Mediaset España, Cuatro se ha consolidado dentro la compañía como el complemento perfecto de su estrategia multicanal, reforzando la estrategia comercial, así como la oferta de contenidos y la familia de targets alcanzados con los temáticos y Telecinco. En 2017, Cuatro ha refrendado su tendencia diferenciadora dentro del nuevo escenario audiovisual que plantean los nuevos operadores y plataformas de distribución, captando la atención mayoritaria del espectador joven y cosmopolita. No en vano, Cuatro es la cadena nacional generalista que mejor convierte su audiencia total a este segmento, erigiéndose un ejercicio más como uno de los grandes referentes televisivos para los millennial, espectadores de entre 16 y 34 años de ámbitos urbanos, entre los que ha alcanzado un 7,4% de cuota de pantalla, casi 2 puntos por delante de su inmediato competidor entre los canales generalistas, La Sexta (5,5%).

Ampliando la horquilla hasta los 55 años, el canal ha cerrado el año en un 7,1% de share, 0,8 puntos por delante de La Sexta con el público de 25 a 34 años (7,5%) como su principal bastión de espectadores.

Esta gran afinidad con el público joven ha permitido a Cuatro alzarse como la televisión nacional que mejor convierte a target comercial (7,3%) su audiencia en total individuos, siendo un año más la tercera televisión nacional en el segmento de público más codiciado por los anunciantes.

Por franjas, Cuatro ha destacado asimismo en la de mayor inversión publicitaria, el prime time (6,4%), cerrando el ejercicio como el único canal que la mejora (+0,2), igualando con esta cifra su mejor resultado de los últimos siete años.

## **Cuatro, el canal con más estrenos de formatos de producción propia**

Cuatro ha sido un año más referente televisivo en creación, desarrollo y lanzamiento de nuevas marcas de entretenimiento, repitiendo el título como la cadena que más formatos originales de producción propia ha estrenado en 2017, muchos de ellos creaciones originales de Mediaset España coproducidas con las principales productoras de televisión de nuestro país. Una variada oferta de programación que ha permitido a la cadena navegar por géneros tan variados como el factual, el dating show o el reality, sin olvidar los reportajes y la investigación y que ha servido para afianzar contenidos recientes que han confirmado su tirón entre los espectadores y para testar nuevos productos.

2017 ha supuesto la llegada de nuevos formatos a Cuatro como 'Héroes, más allá del deber' (6,3% y 856.000 espectadores), factual que aún la vida profesional de los principales cuerpos de seguridad y emergencias de nuestro país junto con el día a día de sus vidas en lo personal que registró un 9% en público de 13 a 24 años. También de 'Espíritu Salvaje' (4,4% y 55.4.000) un recorrido por la vida de una atípica familia española, nómadas modernos dispuestos a inculcar a sus hijos el amor por la naturaleza y el respeto medioambiental recorriendo el mundo en busca de especies animales en peligro de extinción en medio de impresionantes paisajes. Completaron los nuevos formatos 'A cara de perro' (7,1% y 819.000), protagonizado por Javier García Roche; 'Tú, yo y mi avatar' (4,8% y 492.000) donde Luján Arguelles dio nuevos aires a la búsqueda del amor en televisión; el show 'Dani & Flo' para poner la nota de humor a las tardes con Dani Martínez, Florentino Fernández y Lara Álvarez, así como 'Snacks' y 'Singles', este último con Nuria Roca, destinado a los millennials.

Por otro lado, 2017 ha sido el año de la consolidación de 'El Xef', el docu-show sobre la vida figura del cocinero con tres Estrellas Michelin Dabiz Muñoz al que se acercaron 1.363.000 espectadores y un 7,6%, líder absoluto en su franja entre espectadores de 24 a 35 años. O de 'Planeta Calleja' (1.392.000 y 8,3%) que ha anotado su temporada más vista como segunda opción de su franja para público de 35 a 54 años

**POR FRANJAS, CUATRO HA DESTACADO ASIMISMO EN LA DE MAYOR INVERSIÓN PUBLICITARIA, EL PRIME TIME (6,4%), CERRANDO EL EJERCICIO COMO EL ÚNICO CANAL QUE LA MEJORA (+0,2), IGUALANDO CON ESTA CIFRA SU MEJOR RESULTADO DE LOS ÚLTIMOS SIETE AÑOS.**

2017 HA SIDO EL AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DE 'EL XEF', EL DOCU-SHOW SOBRE LA VIDA FIGURA DEL COCINERO CON TRES ESTRELLAS MICHELÍN DABIZ MUÑOZ AL QUE SE ACERCARON 1.363.000 ESPECTADORES Y UN 7,6%, LÍDER ABSOLUTO EN SU FRANJA ENTRE ESPECTADORES DE 24 A 35 AÑOS.



(11,1%). También ha tenido lugar el regreso de una nueva temporada de 'Hermano Mayor' (6,8% y 934.000) con Jero García al frente, así como la del decano de los programas de Cuatro, 'Cuarto Milenio', que con 893.000 fieles incondicionales y un 7,9% de cuota media ha mantenido el liderazgo de las madrugadas dominicales anotando la mayor ventaja sobre La Sexta de los últimos cuatro años (+2,3 puntos).

'Los Gipsy Kings' ha sido el programa más visto en Cuatro en 2017, con 1.674.000 espectadores y un 11,5% de share (récord histórico), una cifra que crece hasta el 14,4% en target comercial y que sitúa al docufactual como el líder absoluto de su franja en menores de 35 años (21,%). En el podio de programas le sigue 'Chester', que anota un 8,7% y 1.630.000 espectadores (10,1% en target comercial) y su formato previo 'Chester in Love' (8% y 1.563.000) así como 'Volando voy', con un 8,8% de share y 1.625.000 espectadores (creciendo hasta el 9,5% en target comercial).

Entre los éxitos de Cuatro en el género del docufactual han destacado el regreso de Samanta Villar con 'Samanta y...' (8,5% y 1.351.000), siendo segunda opción de franja entre público de 25 a 34 años (16,9%), solo por detrás de Telecinco, así como el regreso renovado de 'Ven a cenar conmigo', que ha seducido a los espectadores hasta alcanzar en sus últimas semanas registros superiores al 6% y un 9,4% en público de 25 a 34 años.

El concurso gastronómico se ha convertido en un gran tándem junto a 'First Dates', que ha consolidado su éxito con un 7,9% de share, 1.351.000 espectadores y un 10,1% en target comercial, cifras con las que se ha alzado como el mejor access prime time de Cuatro en los últimos 7 años.

Dentro del dating show, formatos históricos como 'Quien quiere casarse con mi hijo' (8% y 1.012.000 espectadores) y 'Granjero Busca Esposa' (6,9% y 895.000 espectadores) han demostrado un año más su fortaleza, en especial entre los públicos más jóvenes.

En el terreno de la investigación y el reporteroismo, Jesús Cintora ha regresado a Cuatro con 'La línea roja' (5,9% y 915.000 espectadores), mientras que en 'Fuera de Cobertura', Alejandra Andrade ha vuelto a poner el foco en los temas más controvertidos (5,9% y 912.000 espectadores, junto a los reportajes de 'En el punto de mira' (7,1% y 1068.000) y su spin off estival 'El verano en el punto de mira' (8,9% y 1.120.000).

Pegado a la realidad y con el objetivo de despertar conciencias y situar en el foco del debate en torno al acoso escolar, Cuatro ha ofrecido este año el programa 'Proyecto Bullying' (5,2% y 897.000 espectadores) con Jesús Vázquez al frente, arrojando la aplaudida campaña de comunicación social de 12 Meses 'Se buscan valientes'.



CUATRO HA VUELTO A DEMOSTRAR UNA EXCELENTE SINTONÍA CON LOS ESPECTADORES QUE BUSCAN ENTRE SU OFERTA DE PROGRAMACIÓN CONTENIDOS DE ENTRETENIMIENTO Y TAMBIÉN INFORMACIÓN Y ANÁLISIS EN CLAVE POLÍTICA.

## Ficción y cine internacional, una apuesta de calidad

‘El Blockbuster’ (7,8% y 1.074.000) y ‘Home Cinema’ (7,6% y 918.000 – 6,1% y 680.000), con su versión especial ‘El Blockbuster Kids’ (7,4% y 917.000) son los dos principales contenedores cinematográficos de Cuatro, y en 2017 no solo han revalidado su pujanza frente a la oferta de sus directos competidores, sino que han incrementado la distancia que los separa gracias a su programación de destacados títulos del mejor cine de Hollywood y estrenos en primicia en televisión.

Por su parte, ‘Expediente X’ (7,3%, 897.000 espectadores y 9,8% en target comercial), ‘Mentes Criminales’ (946.000 espectadores y 5,8% de share y 7,4% en target comercial) y ‘Z Nation’, (628.000 y 5,6% de share, con un 7,6% en target comercial) han constituido la oferta de ficción internacional en Cuatro.

## La actualidad, clave en Cuatro

En este año especialmente convulso por la actualidad política y social, Cuatro ha vuelto a demostrar una excelente sintonía con los espectadores que buscan entre su oferta de programación contenidos de entretenimiento y también información y análisis en clave política. Así, ‘Las Mañanas de Cuatro’, el matinal informativo que conduce Javier Ruiz ha anotado su tercer mejor año tanto en cuota, un 10,6%, como en número de espectadores, 643.000. A continuación ‘Noticias Cuatro’ con Carme Chaparro al frente ha congregado un 11,1% de cuota de pantalla y 1.090.000 espectadores, mientras que el informativo de autor conducido por Miguel Ángel Oliver ha alcanzado en 2017 un 4,3% de share y 454.000 espectadores. Los fines de semana, Roberto Arce y Marta Reyero han anotado récord histórico con un 10,2% de share y 875.000 seguidores.

En materia deportiva, Manu Carreño ha formado tándem junto a Juanma Castaño al frente de la edición de sobremesa de “Deportes Cuatro”, que con una media del 7,2% de share y 880.000 espectadores ha mantenido su hegemonía como el informativo deportivo más visto de la televisión, con una diferencia de 2 puntos sobre ‘Jugones’ de La Sexta (5,2% y 632.000), manteniendo su sólido liderazgo en su franja de emisión.



MEDIASET ESPAÑA SE HA AFIANZADO COMO EL GRUPO AUDIOVISUAL REFERENTE EN LAS GRANDES CITAS DEPORTIVAS DE LOS ÚLTIMOS AÑOS.

## El Eurobasket 2017, el Europeo Sub 21 y la Supercopa de España, eventos deportivos más destacados del año en Mediaset España

Mediaset España se ha afianzado como el grupo audiovisual referente en las grandes citas deportivas de los últimos años. Tras anunciar la adquisición de los derechos del próximo Mundial de Fútbol de Rusia que se celebrará en 2018, durante este año ha emitido el Eurobasket 2017, los encuentros amistosos de la Selección Española absoluta de fútbol, el Europeo Sub 21 de fútbol disputado en Polonia, la final de la Copa del Rey de fútbol, la Supercopa de España y la final del torneo de tenis Roland Garros.

Telecinco ha emitido todos los partidos amistosos de la Selección Española de fútbol reuniendo una media de más de cuatro millones y medio de espectadores (4.577.000) y un 27,7% de share, con el encuentro Francia-España (32,8% y 5.922.000) como el más visto. En competiciones de clubes, la cadena ofreció la final de la Copa del Rey de fútbol entre el F.C. Barcelona y el C.D. Alavés (36,2% y 5.523.000) y la Supercopa de España que enfrentó al Real Madrid y al F.C. Barcelona, con un 46,8% de share y 6.348.000 espectadores y un 49,8% de cuota y 6.553.000 espectadores en los encuentros de ida y vuelta, respectivamente, cifras que mejoraron en su conjunto en más de 26 puntos de share respecto a 2016. Además, Telecinco emitió la final de Roland Garros que enfrentó a Rafa Nadal con Stan Wawrinka anotando un 26,5% de share y 3.455.000 espectadores.

Por su parte, Cuatro ha sido testigo de un nuevo éxito de la Selección Española de baloncesto al alcanzar la medalla de bronce en el Eurobasket 2017. Los encuentros disputados por España obtuvieron una media del 14,7% de share y 1.685.000 espectadores, superando los tres millones de espectadores en la semifinal disputada ante Eslovenia (3.044.000 y 21,7%). El resto de duelos en los que no participó la Selección Española fueron emitidos a través de Be Mad.

Además, Cuatro ha ofrecido los encuentros de la Selección Española Sub 21 de Fútbol correspondientes al Europeo de Polonia con una media del 23,5% de cuota y 2.843.000 espectadores, alcanzando un 33,7% de share y 4.151.000 espectadores en la final entre España y Alemania. En pretemporada, la cadena también ha emitido la International Champions Cup, torneo en el que participó el Real Madrid y el F.C. Barcelona junto a los clubes más importantes del mundo. El duelo entre el Real Madrid y el F.C. Barcelona obtuvo un 48,6% de share y 1.780.000 espectadores.





## Seis años como líder temático

Factoría de Ficción se ha erigido nuevamente como el canal temático más visto de 2017, encadenando seis años consecutivos de liderazgo incontestable con un 3,1% de share en total individuos. El canal de series y cine de Mediaset España se ha convertido además en la tercera televisión nacional en jóvenes 13-24 años con un 8,9% de cuota, batiendo incluso a televisiones generalistas como La Sexta un año más en este target.

SHARE TOTAL

**3,1%**

Iconos de la comedia nacional, espacios de humor, sitcoms estadounidenses, emblemáticas ficciones de producción internacional y blockbusters han integrado la parrilla de programación del canal, catapultándolo al éxito en este ejercicio. Los especiales de 'El club de los mandangas', en los que los actores fijos y episódicos de 'La que se avecina' rememoran los momentos más divertidos de la serie; y 'Gym Tony L.C.', spin off de la popular tira cómica ambientada en un gimnasio urbano, han debutado en Factoría de Ficción reforzando su sólida oferta de humor made in Spain, avalada por aclamados títulos como 'La que se avecina', 'Aída' y 'Los Serrano'.

Su oferta de ficción internacional ha acogido nuevos capítulos de la dramedia 'Shameless' y un amplio abanico de géneros televisivos: la sitcom 'Papá canguro', la comedia familiar 'Melissa y Joey', el drama médico 'Royal Pains' y las series de investigación 'Caso abierto', 'Mentes criminales', 'Mentes criminales: Sin fronteras' y las sagas de 'C.S.I.', entre otras. Acción, comedia familiar, ciencia ficción, intriga y animación han protagonizado la cartelera cinematográfica de Factoría de Ficción logrando el respaldo del público con blockbusters como 'Guerra mundial Z', 'El amanecer del planeta de los simios', 'Red', 'Kingsman: Servicio secreto', 'Avatar', 'Zooloco' y las películas de Telecinco Cinema 'Ocho apellidos vascos', 'Ocho apellidos catalanes' y 'Las aventuras de Tadeo Jones'.





# Tercer canal temático más visto en 2017

Una estrategia de programación 360° basada en su decidida apuesta por nuevos formatos, la creación de eventos y sellos temáticos, la continua renovación de sus contenidos y la interacción con los espectadores en antena, internet y redes sociales, han hecho de Divinity en 2017 la tercera temática más vista junto a Nova, con un 2,2% de share en total individuos, un 2,8% en target comercial y un 3,6% en su core target (mujeres de 14 a 44 años).

Su imagen de marca se ha visto reforzada con la puesta en marcha de 'Sofá, Cine y Divinity', su nuevo contenedor dedicado al Séptimo Arte que se ha unido a los emblemáticos sellos temáticos de ficción 'Series que enamoran' y 'Divinity Crime', complementando la riqueza de géneros del canal e invitando a los espectadores a disfrutar de inolvidables sesiones de cine con las mejores historias del celuloide.

Eventos especiales de programación han enmarcado los principales estrenos de ficción y factuales del canal como 'Pink Friday', que coincidiendo con las campañas comerciales globales del Black Friday y del Cyber Monday apostó por el debut del fashion-reality 'Pasarela a la fama'; 'I'm so excited', que incluyó el doble estreno del docu-reality 'Body Fixers' y del fashion-talent 'Curvy Supermodel'; 'Divinity Pink Emergency', en el que el desenlace de la 13ª temporada de 'Anatomía de Grey' compartió protagonismo con la reemisión de los capítulos más trepidantes de diversas 'Series que enamoran'; 'Everyday is Christmas', en el que los estrenos y la temática navideña han sido los grandes protagonistas en noviembre y diciembre; e incorporando la nueva tendencia al alza del 'feísmo' a su programación con motivo del estreno de 'Yo soy Bea' por primera vez en formato panorámico 16:9 en tira diaria.

La ficción estadounidense ha sido uno de los grandes pilares de la oferta de programación de prime time de la cadena con la emisión de nuevas temporadas de las series procedimentales 'Major Crimes',

'Cómo defender a un asesino', 'Elementary', 'Motive', 'Murder in the First' y 'Al descubierto'. En cuanto a factuales y concursos, Divinity ha reforzado la oferta de sus sellos 'Divinity Home' con el estreno de 'Comprar, restaurar, vender' e 'Ilumina tu Navidad' y la emisión de nuevas temporadas de 'Vender para comprar' y 'La casa de mis sueños'; y de 'Delicious!', contenedor de gastronomía creativa, con el debut del talent culinario 'En mi cocina mando yo'.

La producción propia y las citas musicales más prestigiosas del ámbito nacional han formado parte de los contenidos del canal con espacios como 'Cazamariposas', formato de access prime time presentado por Nuria Marín y Nando Escribano, y 'Luce tu pueblo', branded content conducido en su segunda temporada por Verónica Dulanto; y las retransmisiones en directo de las galas musicales de los Premios Cadena Dial, 'La noche de CADENA 100' y el concierto solidario 'Por Ellas'.

En su sexto año de andadura, Divinity ha articulado la celebración de este aniversario con el lanzamiento de 'Me muero de amor por Divinity', una iniciativa 360° que ha aunado antena, web y redes sociales en el marco de la premier del musical 'El Guardaespaldas', cuyos actores han protagonizado la campaña institucional de la cadena.

SHARE TOTAL  
**2,2%**





# Canal de referencia en ficción internacional

Durante este año, Energy ha reforzado su identidad como canal de series internacionales en abierto, conquistando de forma progresiva a los públicos más atractivos a nivel comercial dentro de la oferta de canales temáticos del mercado. El canal ha marcado su récord histórico con un 2% de share, superando a su principal competidor, Mega (1,8%). También ha anotado máximo histórico en target comercial (2,2%), con un 1,9% de cuota en su core target (hombres de 25 a 54 años).

El canal de series internacionales, que este año ha reforzado su posicionamiento con el claim on air 'Somos muy de series' ha contado entre sus contenidos con producciones de éxito internacional como Expediente X, la franquicia 'C.S.I.', 'The Strain', 'Flashpoint', 'NCIS Los Ángeles', 'Smallville', 'The Americans', 'Grimm', 'Hawai 5.0', 'Marvel Agentes de S.H.I.E.L.D.', 'Agente Carter', 'American Horror Story' o 'Las brujas de East End', entre otras.

A estas series ha sumado eventos temáticos de programación como '13 días de Halloween', acción que incluía el estreno en abierto de 'American Horror Story: Roanoke', la tercera temporada de 'Z Nation' y una selección de episodios de terror de sus series más emblemáticas; 'La noche Marvel', con el estreno de la serie 'Agente Carter' y nuevas entregas de 'Marvel. Agentes de S.H.I.E.L.D.'; 'Expediente X fan edition', que ofrecía a los seguidores de la serie 'Expediente X', una selección de los episodios más emblemáticos de la mítica serie, como antesala de su regreso en Cuatro y la puesta en marcha del sello temático 'Terror Zone', donde se han emitido progresivamente series de ficción dirigidas a público amante del misterio, el terror y la ciencia ficción.



EL CANAL HA MARCADO SU RÉCORD HISTÓRICO CON UN 2% DE SHARE.



# El canal para jóvenes

## unifica la estrategia 360° de TV e internet

En su segundo año de andadura, el canal en HD de Mediaset España (0,6%) creció dos décimas respecto a 2016 elevando su media nacional hasta el 0,8% en target comercial y marcando un 0,9% en su core target (hombres de 16 a 44 años), imponiéndose en este parámetro a los otros canales nacidos en 2016 y empatando con Dkiss.

Be Mad es hoy por hoy uno de los canales que mejor ejemplifica la fusión 360° entre el contenido digital y televisivo con una oferta millennial de contenidos de televisión adaptados a su lenguaje y con calidad profesional.

Be Mad ha incorporado la emisión en directo de los programas de Radioset 'Partido a partido' y 'MorninGlory', dentro del sello 'Be Mad Live!', así como algunos de los formatos nativos más seguidos de la plataforma de video Mtmad, como 'Rodéanos', 'Hackers del sexo', 'Poderosa Afrocita', 'Gipsy Queens' o los videoblogs 'Dando la talla que es gerundio' de Tania Llasera y 'By Pelayo' de Pelayo Díaz, entre otros.

En producción propia ha estrenado las nuevas temporadas de 'ConvénZeme', primer formato literario grabado y realizado con móviles 4G conducido por Mercedes Milá y seis nuevas entregas 'Río Salvaje' programa de aventuras presentado por Kike Calleja mostrando el trabajo de la reserva natural de Gondwana en Sudáfrica.

Además, el canal divulgativo, comprometido con acciones solidarias, ha estrenado 'La niña bonita', documental que aborda el drama sirio en particular y el de los refugiados en dos momentos diferentes de la historia, se ha volcado en la campaña de donación de órganos 'Eres perfecto para todos' de 12 Meses con una programación especial que incluía el estreno del documental 'La intérprete' y ha recordado el terremoto que asoló Katmandú en 'Rising Nepal', reportaje que cuenta el drama de varios supervivientes al seísmo.

De forma pionera y fiel a su genuina vocación de llevar a cabo una programación transversal, Be Mad ha introducido la experiencia Binge-Watching, un modelo de emisión non stop de especiales monográficos bajo el claim 'Mereces atracones diarios'.

Be Mad también ha servido de escaparate a eventos deportivos ofreciendo algunos de los encuentros del Eurobasket 2017, del Europeo Sub 21 disputado en Polonia y la emisión en directo del World Fight Tour, espectáculo de artes marciales mixtas que se celebró en Las Palmas de Gran Canaria.

Por otra parte, el canal ha reforzado su sello temático 'Be Mad Planet' ofreciendo contenido inédito de 'Planeta Calleja Extras' y la carrera ciclista 'Imparables' en Nueva Zelanda, participada por Santi Millán.

En producción ajena, han destacado los estrenos de 'Cooking Up a Tribute', documental culinario protagonizado por el equipo de Celler de Can Roca, así como los factuales 'Tarugos contra bestias', 'Gemelos diabólicos' y 'Este cuerpo no es el mio', entre otros.



BE MAD ES HOY POR HOY UNO DE LOS CANALES QUE MEJOR EJEMPLIFICA LA FUSIÓN 360° ENTRE EL CONTENIDO DIGITAL Y TELEVISIVO CON UNA OFERTA MILLENNIAL DE CONTENIDOS DE TELEVISIÓN ADAPTADOS A SU LENGUAJE Y CON CALIDAD PROFESIONAL.



# Cinco años líder de la televisión comercial infantil

Durante 2017 el respaldo de los más pequeños de la casa ha convertido nuevamente a Boing en el canal infantil líder de la televisión comercial con un 12,2% de share entre los niños de 4 a 12 años, un triunfo que se mantiene de manera ininterrumpida desde 2012 y cuya clave este año ha sido el impulso a la producción propia llevada a cabo por el canal.

Esta apuesta por los contenidos propios ha llevado a Boing a estrenar el pasado otoño 'Ben 10 Challenge', concurso internacional presentado por David Amor. Un ambicioso proyecto que implicó el desarrollo de ocho versiones del concurso para otros tantos territorios (Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Polonia, Turquía y Oriente Medio) en el que participaron 320 niños y adultos que viajaron a España desde sus países de origen para asumir el rol de los tres personajes más famosos de la serie: Ben, el joven protagonista, su prima Gwen y su abuelo Max en una serie de desafíos físicos y mentales para poner a prueba su velocidad, fuerza y afán de aventura, así como sus conocimientos sobre la serie.

Boing ha estrenado también 'Wooala!', un espacio de magia y humor con el talento y la experiencia de Borja Montón, ilusionista profesional y Récord Guinness en el Mundial de Magia de 2015, y Mariano Lavida, profesional especializado en la magia con cartas y el trato con los espectadores.

El pasado año también acogió la segunda temporada de 'Hora de aventuras: Misión ¡Zuzumba!'. Como en su primera edición, el concurso estuvo protagonizado por niños y niñas de entre ocho y 12 años acompañados de sus padres, para vivir una serie de aventuras ambientadas en la ficción original de Cartoon Network.

En cuanto a series de animación, Boing ha estrenado las reediciones de dos series míticas: 'Dragon Ball Super', nueva versión de la legendaria serie manga, y 'Ben 10', actualización de la famosa producción de Cartoon Network, así como 'Poderosas magiespadas', junto a nuevas temporadas de sus ya consagradas producciones 'El asombroso mundo de Gumball', un auténtico fenómeno de la animación en nuestro país, 'Clarence', 'Somos osos', 'Tito Yayo' y 'Steven Universe', además de capítulos inéditos de otras series de éxito como 'Doraemon', 'Yo-Kai Watch', 'Teen Titans Go!', 'Dragonball Super' y 'Ninja Go'.

Boing despidió 2017 con dos grandes eventos de programación: el estreno de 'Elementos', mini-serie creada a partir de 'Hora de aventuras', y de 'La 4ª Supernena', que supuso el descubrimiento de Cristal, nueva hermana de Pétalo, Cactus y Burbuja que en la versión española fue doblada por la actriz Leticia Dolera.

Por último, el cine ha sido la otra gran apuesta de Boing para 2017. El canal emitió las películas de Telecinco Cinema 'Atrapa la bandera' y 'Las aventuras de Tadeo Jones', entre otras tantas cintas muy reconocibles. Durante este año, Boing ha situado seis películas entre las diez más seguidas en los canales infantiles con 'Solo en casa' como la más vista de 2017 entre niños de 4-12 años con un 28,4% y 313.000 espectadores. 'Los Minions' (27,6% y 277.000), 'Scooby Doo 2 Desatado' (25,2% y 233.000), 'Garfield' (24 y 232.000), 'El Grinch' (21,3% y 229.000) y 'Rio' (24,2% y 220.000) han completado su ranking.

**DURANTE 2017 EL RESPALDO DE LOS MÁS PEQUEÑOS DE LA CASA HA CONVERTIDO NUEVAMENTE A BOING EN EL CANAL INFANTIL LÍDER DE LA TELEVISIÓN COMERCIAL.**



## El canal internacional CincoMAS alcanza casi **un millón de abonados hispanohablantes del mercado americano**



Al margen de sus canales nacionales, Mediaset España ha vuelto a estar presente para los espectadores hispanohablantes del continente americano a través de CincoMAS. El canal internacional ha afianzado en 2017 su singladura comercial, incrementando la distribución de su señal con su llegada a territorios como Estados Unidos, México y Ecuador, que se suman a Panamá, Argentina, Chile, Paraguay y Perú. Su emisión en estos países, junto a la incorporación a la plataforma de servicio de televisión en alta mar de GEE, ofreciendo la señal a cruceros y navíos de pasajeros a escala mundial, el número de abonados con acceso a CincoMAS se ha situado este ejercicio cerca del millón de espectadores. Todos ellos han podido disfrutar este 2017 de los principales programas de producción propia de Mediaset España, con especial atención a los espacios emitidos en directo y que han traspasado la frontera oceánica: 'El programa de Ana Rosa', 'Sálvame', 'Viva la vida' o 'Dani & Flo', entre muchos otros, además de Informativos Telecinco y ficciones como 'El príncipe', 'Ella es tu padre' o 'La que se avecina', entre otras.

Además, como parte de Mediaset España, CincoMAS también ha tomado parte dentro de las acciones de comunicación social de la compañía, trasladando la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes' contra el acoso escolar al conjunto de sus emisiones con cortinillas y spots institucionales.

EL CANAL INTERNACIONAL HA AFIANZADO EN 2017 SU SINGLADURA COMERCIAL, INCREMENTANDO LA DISTRIBUCIÓN DE SU SEÑAL CON SU LLEGADA A TERRITORIOS COMO ESTADOS UNIDOS, MÉXICO Y ECUADOR, QUE SE SUMAN A PANAMÁ, ARGENTINA, CHILE, PARAGUAY Y PERÚ.



## Mediaset España consolida su liderazgo en el consumo digital de vídeo

Además de ser el medio líder de audiencia en consumo off line, Mediaset España ha dado grandes pasos en 2017 hacia la consolidación definitiva como motor del proceso de digitalización audiovisual por parte de los operadores de televisión, situándose un ejercicio más a la cabeza en consumo de vídeo por Internet, según datos de comScore. A las principales cabeceras de sus canales, Telecinco.es, Cuatro.com y Divinity.es y sus plataformas de contenidos a en directo y a la carta Mitele.es y Mtmad.es, se han sumado este año nuevos desarrollos como GeneraciónPro.es, web dirigida al deporte base y Yasss.es, con contenidos especialmente destinados a la llamada 'generación Z' y los millennials, con las que la compañía se ha alzado por segundo año consecutivo hasta la primera posición con un promedio mensual de 81,1 millones de vídeos vistos frente a los 59 millones de Atresmedia entre febrero y noviembre\*.

Mediaset España ha vuelto a establecer un elevado nivel de engagement con sus espectadores, que han sumado 11,5 millones de usuarios únicos de media al mes en 2017 entre todos sus sites, siendo Telecinco.es la más visitada un año más, con un promedio de 7,7 millones de usuarios únicos frente a los 7,1 millones de Antena3.com.

Además, Mediaset España ha sido el grupo de televisión líder en consumo de vídeo con un promedio de 348 millones de minutos de vídeos vistos al mes, situándose en el ranking general sólo por detrás de Google, Openload, Facebook, VEVO y Broadband TV. Con 3 horas y 53 minutos de consumo de vídeo por espectador, también ha sido el grupo con la permanencia más alta, frente a Atresmedia, que se sitúa por debajo de 1 hora y 37 minutos.

Por lo que respecta a las plataformas de contenidos de televisión, Mitele se ha situado como la plataforma líder nacional en consumo de vídeo con una media de 274 millones de minutos de vídeo consumidos al mes entre febrero y diciembre, superando en un 60% a Atresplayer, que registra una media de 161 millones de minutos de vídeo consumidos; mientras que Mtmad.es ha conseguido en el mes de noviembre 691.000 visitantes únicos, superando a Flooxer en un 4,5%.

Por otro lado, las apps de Mediaset España han acumulado hasta final de año 15,4 millones de descargas en smartphones y tablets, siendo las más descargadas Mitele (7,3 millones), 'Gran Hermano' (3,7 millones), 'La Voz' (1,9 millones) y Mediaset Sport (700.000).

Nota. Últimos datos auditados. Fuente: Multiplataforma y Videometrix de ComScore. Promedio calculado en base a datos de ComScore. Los datos de Videometrix corresponden sólo a PC. Los datos de Videometrix no tienen en cuenta el mes de enero ya que los datos de Mediaset España se vieron afectados por una incidencia ajena a la compañía.

## Mediaset España renueva el diseño y la arquitectura de su oferta digital para adaptarse al consumo desde cualquier dispositivo

Todas las webs de Mediaset España han estrenado diseño y arquitectura responsive a lo largo de 2017, mejorando considerablemente la experiencia de usuario a través de una navegación más accesible e intuitiva, con una carga de contenidos más rápida dada la nueva capacidad de adaptación al dispositivo desde el que se conecta cada usuario y con mejoras sustanciales desde el punto de vista comercial.

Nuevas webs que han nacido con una nueva cabecera que permite acceder a todo el contenido, desde cualquier página, en cualquier lugar, a través de un menú desplegable en la navegación, una de las tendencias web que se han instalado en el último año y cuya funcionalidad permite que los elementos del menú se mantengan ocultos, dejando más espacio para el contenido de las webs.

Entre las mejoras tecnológicas incorporadas se encuentran el escalado ilimitado, el código isomórfico optimizado para Google que otorga el mismo entorno en usuario y servidor, y un entorno más seguro para la carga optimizada del contenido en tiempo y calidad. Además de eficaz, la carga de contenidos se hace de forma progresiva para que los usuarios consuman datos móviles a medida que demanden información para no sobrecargar la memoria y la batería de ningún dispositivo.

Las webs de Mediaset España se han adaptado también a las nuevas formas de consumo digital en dispositivos móviles, potenciando la navegación vertical con el sistema "infinite scroll" en todos sus

TODAS LAS WEBS DE MEDIASET ESPAÑA HAN ESTRENADO DISEÑO Y ARQUITECTURA RESPONSIVE A LO LARGO DE 2017, MEJORANDO LA EXPERIENCIA DE USUARIO A TRAVÉS DE UNA NAVEGACIÓN MÁS ACCESIBLE E INTUITIVA



ESTE AÑO, ADEMÁS, HA INAUGURADO MITELE PREMIUM CON EL ESTRENO DE LA PELÍCULA 'UN MONSTRUO VIENE A VERME', LA MÁS TAQUILLERA DE 2016.

contenidos e incorporando una nueva guía de televisión con acceso a toda la programación televisiva de todos los canales que informa al usuario de las opciones que tiene para visionarlo, bien en directo o bien a la carta sin necesidad de descargarse ninguna aplicación.

El nuevo diseño ha permitido mejorar la presencia de formatos publicitarios sin penalizar la navegación del usuario a través de una mejor integración de la publicidad en la arquitectura de la información. El nuevo diseño ofrece posiciones publicitarias capaces de bascular con el contenido y mejorar la viewability (visibilidad y eficacia) de los formatos publicitarios que ofrecen además una mayor variedad a los clientes de Publiespaña.

## Mitele, la plataforma de contenidos de televisión líder en España

Mitele ha afrontado con éxito el reto de mantenerse como la plataforma de contenidos de televisión en directo y a la carta líder nacional entre las televisiones en consumo de videos, con una oferta de más de 30.000 horas de contenido a la carta relativo a programas, series, documentales, películas y eventos deportivos, la emisión en directo de todos los canales de Mediaset España, eventos exclusivos como premieres cinematográficas, encuentros con fans o ruedas de prensa, entre otros. El catálogo de Mitele se encuentra disponible en HD a través de la web [www.mitele.es](http://www.mitele.es) que, al igual que el resto, ha renovado un sistema responsive para web desde PC y dispositivos móviles, app y Smart TV, con la última tecnología multibratrate que asegura la calidad del contenido con la adaptación al ancho de banda de cada usuario, con la inclusión de una lista personal de contenidos, control parental y cross-device resume, entre otras mejoras.

Este año, además, ha inaugurado Mitele Premium con el estreno de la película 'Un monstruo viene a verme', la más taquillera de 2016, junto a más de una treintena de cintas producidas por Telecinco Cinema a disposición en la modalidad de alquiler durante un periodo de 72 horas para su reproducción en alta definición en diferentes dispositivos online -ordenador, tabletas y móviles-. El catálogo de películas puede ser visionado sin cortes publicitarios y con un sistema multibratrate que adapta la resolución de la imagen al ancho de banda del espectador. También dispone la función cross device resume, que permite al usuario

pausar la reproducción de la película y continuar desde ese punto en un dispositivo diferente, además de control parental.

Con el lanzamiento en 2017 de Mitele Teens, Mediaset España ha reforzado además su oferta de contenido infantil y juvenil atendiendo al target más joven, habituado al consumo multidispositivo de productos audiovisuales a la carta. Para ellos ha condensado en una misma plataforma dotada de control parental series de animación, películas infantiles y programas de producción propia, disponibles para los menores en función de la edad y de la calificación moral del contenido previamente establecido por sus progenitores. Todo ello en HD, accesibles desde [Mitele.es](http://Mitele.es) y desde su aplicación para smartphones y tablets, tanto para dispositivos Android como iOS.



MEDIASET ESPAÑA HA DADO UN PASO MÁS EN SU OBJETIVO DE HACER COMPAÑÍA AL PÚBLICO, ESPECIALMENTE EL MÁS JOVEN, ATENDIENDO A LA CRECIENTE DEMANDA POR LOS CONTENIDOS NATIVOS DIGITALES Y LAS NUEVAS FÓRMULAS DE ENTRETENIMIENTO EN INTERNET.

## Mtmad, un año tendiendo puentes digitales entre anunciantes y millennials

La plataforma de contenido nativo digital destinado a los millennials, que en 2017 ha celebrado su primer aniversario, ha abierto en estos doce meses un laboratorio experimental para la creación de nuevos lenguajes audiovisuales y nuevas formas de contenidos con las que seguir estableciendo vías de comunicación entre audiencia y anunciantes.

Ferías de videojuegos, reality blogs, festivales, tendencias urbanas, consejos de estilismo, beauty tips, actualidad digital, peleas de gallos a golpe de rap, la trastienda de Mediaset España, rituales esotéricos, street style, foodmarkets y un sinfín de contenido... No hay tendencia que se haya escapado por la ventana de Mtmad a través de los formatos a la carta que el canal ha ido incorporando progresivamente, duplicando hasta más de 80 los 40 formatos iniciales con los que nació a finales de 2016.

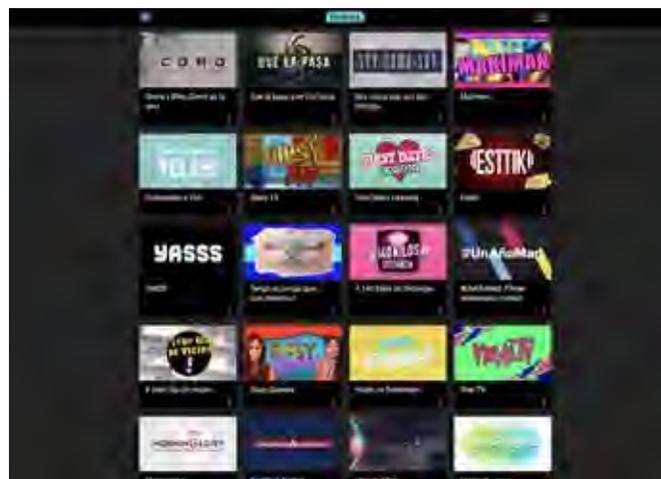
Junto a estos formatos, protagonizados por genuinos personajes procedentes de la tele, plataformas de internet y redes sociales, muchos de ellos ya conocidos y otros tantos emergentes, el streaming ha ido afianzándose en la plataforma para ofrecer contenido en directo que ha permitido a sus talents interactuar en tiempo real con sus usuarios en redes sociales. Claro ejemplo de ello fue el streaming de un programa especial presentado por el dúo de influencers 'The Tripletz', prescriptores del formato 'The Tripletz Challenge Deluxe', para conmemorar el primer aniversario del canal.

Laura Matamoros, Tania Llasera, Pelayo Díaz; Rebe, Noemí Salazar de 'Los gipsy kings', los ex concursantes de 'Gran Hermano' Bea y Rodri, Folagor, Rubén Errebeene, Oto Vans, Cristo Rodríguez, Gloria Camila Ortega, y su novio Kiko, Alyson Eckman, Ylenia, Nacho Montes, Esperanza Gracia, Aless Gibaja, Steisy, Percebes y Grelos y la Mireya Marrón, entre otros son algunos de sus protagonistas.

## Nace Yasss, nueva web con contenidos digitales para la 'Generación Z'

En este escenario, Mediaset España ha dado un paso más en su objetivo de hacer compañía al público, especialmente el más joven, atendiendo a la creciente demanda por los contenidos nativos digitales y las nuevas fórmulas de entretenimiento en Internet. Para ello en 2017 ha lanzado Yasss.es, una nueva web independiente destinada a la conocida como 'Generación Z', es decir, jóvenes nacidos en el s. XXI que no conocen la vida sin internet, acostumbrados a las interacciones a través de las pantallas y cuyas fuentes de información se concentran de forma casi exclusiva en medios de comunicación digitales, redes sociales y las comunidades en línea.

Para ellos, adaptada a sus demandas de información y entretenimiento, Mediaset España ha desarrollado este nuevo site y un programa en streaming en Mtmad que propone temas a veces prácticos, otras banales, pero casi siempre con un estilo muy genuino, sobre ocio, música, series, sexo, feminismo, redes sociales, arte, tendencias y cualquier tema en boga para esta generación postmillennial, con el fin de descubrir realidades que activan la mente y las miradas críticas, que inspiran y, sobre todo, divierten.



GENERACIÓN PRO, PRIMERA WEB DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN EN NUESTRO PAÍS DEDICADA A CONTENIDOS Y VALORES DEL DEPORTE BASE, INCLUSIVO Y MINORITARIO ADRINADA POR LA REDACCIÓN DE DEPORTES CUATRO Y QUE CUENTA CON SU PROPIO CANAL DE VÍDEOS EN MTMAD.

## Nace Generación Pro, web dedicada a los valores del deporte base

En una sociedad que cada vez más valora el sacrificio asociado al deporte, Mediaset España ha lanzado también Generación Pro, primera web de un medio de comunicación en nuestro país dedicada a contenidos y valores del deporte base, inclusivo y minoritario apadrinada por la redacción de Deportes Cuatro y que cuenta con su propio canal de vídeos en Mtmad. Este nuevo portal se constituye como punto de encuentro de historias anónimas de superación, esfuerzo y solidaridad en todo tipo de disciplinas deportivas que puedan resultar un ejemplo para toda la comunidad, gestas forjadas día a día con ilusión y sacrificio por los jóvenes y niños que las llevan a cabo y por su entorno familiar más cercano, para el que la web dedica distintos espacios destinados a ofrecer consejos de distinta índole para formar a padres, educadores y entrenadores en la no siempre fácil tarea de compaginar el deporte con el día a día de los más pequeños.



## Telecinco Cinema, al frente del cine español por cuarto año consecutivo

Cuatro estrenos de diverso género -una película de animación; dos comedias, una de ellas con tintes de drama; y un thriller psicológico- que se han convertido en un histórico póker de éxito para Telecinco Cinema. La filial cinematográfica de Mediaset España ha culminado 2017 con un doble triunfo al frente del cine español, logrando liderar por cuarto curso consecutivo la cuota de mercado nacional con sus cuatro lanzamientos en salas, que a su vez se han situado como las cuatro películas españolas más vistas y más taquilleras del año.

La recaudación global conseguida por 'Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas', 'Perfectos Desconocidos', 'Es por tu bien' y 'El secreto de Marrowbone' se ha situado en los 49,2M€, cifra que supone el 47,7% de cuota sobre los 100,2M€ de taquilla total alcanzada por los 188 estrenos españoles del año. Además, los cuatro filmes de Telecinco Cinema han logrado llevar a las salas de cine a un acumulado de 8 millones de espectadores, prácticamente la mitad del acumulado de 16,7 millones de espectadores que han asistido a las salas durante el año.

En el marco legal actual que obliga a los operadores de televisión en abierto y de telecomunicaciones a invertir en producciones de cine y series, Telecinco Cinema ha vuelto a situarse, por tanto, como la productora líder del cine español por cuarto año consecutivo. Por su parte, Atresmedia Cine, con 10 estrenos en 2017, ha alcanzado una taquilla de 29,2M€, con un 29,2% de cuota de mercado y 4,8 millones de espectadores. Por último, RTVE, con más de 25 proyectos, ha recaudado 15,4M€, con un 15,3% de cuota y 2,6 millones de espectadores.

LA SEGUNDA PARTE DE LA SAGA PROTAGONIZADA POR EL PARTICULAR AVENTURERO, 'TADEO JONES 2. EL SECRETO DEL REY MIDAS', HA SEGUIDO LA SENDA DEL ÉXITO DE LA PRIMERA ENTREGA Y HA FINALIZADO EL AÑO COMO LA PELÍCULA ESPAÑOLA MÁS TAQUILLERA Y MÁS VISTA.

## Tadeo Jones vuelve a alcanzar la cima: la segunda parte de la saga, película española más vista y más taquillera del año

La segunda parte de la saga protagonizada por el particular aventurero, 'Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas', ha seguido la senda del éxito de la primera entrega y ha finalizado el año como la película española más taquillera y más vista. Dirigida por Enrique Gato y David Alonso y con Adriana Ugarte, Michelle Jenner y José Corbacho al frente del doblaje, ha alcanzado los 17,9M€ en taquilla y los 3,2 millones de espectadores, logrando superar en este apartado por casi 500.000 espectadores a su predecesora, 'Las aventuras de Tadeo Jones' (casi 2,8 millones de espectadores). El filme, nominado al Goya a la Mejor Película de Animación, se ha situado además en el tercer lugar del ranking global de recaudación tras 'La Bella y la Bestia' y 'Gru 3. Mi villano favorito'.



## 'Perfectos Desconocidos' alcanza la segunda plaza

A pesar de haber llegado a las salas de cine en el último mes del año (1 de diciembre), la película dirigida por Álex de la Iglesia y protagonizada por Ernesto Alterio, Juana Acosta, Eduard Fernández, Dafne Fernández, Eduardo Noriega, Belén Rueda y Pepón Nieto se ha situado en la segunda posición del ranking del cine español tras acumular al cierre del año 14M€ de recaudación y superar los 2 millones de espectadores. Además, ha logrado situarse en el Top 10 del ranking de películas nacionales e internacionales más taquilleras del año, ocupando el noveno lugar.





## ‘Es por tu bien’, en tercer lugar

Estrenada en el mes de febrero, la comedia ‘Es por tu bien’, dirigida por Carlos Therón y protagonizada por Jose Coronado, Javier Cámara y Roberto Álamo, se ha mantenido entre las películas españolas más vistas y con mayor recaudación, situándose en la tercera posición con 9,5M€ y 1,6 millones de espectadores y como el decimocuarto estreno más taquillero del año contabilizando tanto los lanzamientos nacionales como los internacionales.

## Cuarta posición para ‘El secreto de Marrowbone’, el debut de Sergio G. Sánchez en la dirección de largometrajes

Telecinco Cinema ha cerrado su póker de exitosos estrenos con ‘El secreto de Marrowbone’, ópera prima de Sergio G. Sánchez, nominado al Goya a la Mejor Dirección Novel, conquistando la cuarta posición del ranking de recaudación con 7,3M€ y 1,2 millones de espectadores. Con J.A. Bayona como productor ejecutivo, este thriller psicológico ha contado con un reparto integrado por los actores internacionales Anya Taylor-Joy, George Mackay, Mia Goth, Charlie Heaton, Matthew Stagg y Kyle Soller.

## Telecinco Cinema, al frente de 13 de las 20 películas más taquilleras de la historia del cine español

Tras acaparar la atención mayoritaria de los espectadores en 2017 con sus cuatro estrenos, Telecinco Cinema ha cerrado el año con un total de 13 producciones entre las 20 películas más taquilleras del cine español (fuente ICAA), un ranking al que se han sumado ‘Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas’ y ‘Perfectos Desconocidos’.

	Largometraje	Estreno	Recaudación	Espectadores
1	8 APELLIDOS VASCOS	2014	55.379.947,62 €	9.397.647
2	LO IMPOSIBLE	2012	42.408.546,61 €	6.129.025
3	8 APELLIDOS CATALANES	2015	35.481.514,94 €	5.693.197
4	LOS OTROS	2001	27.254.163,38 €	6.410.561
5	UN MONSTRUO VIENE A VERME	2016	26.478.940,00 €	4.618.065
6	EL ORFANATO	2007	25.061.449,98 €	4.420.636
7	LA GRAN AVENTURA DE MORTADELO Y FILEMON	2003	22.847.733,13 €	4.985.983
8	TORRENTE 2	2001	22.142.173,13 €	5.321.969
9	AGORA	2009	21.391.197,61 €	3.492.572
10	MAR ADENTRO	2004	19.837.472,83 €	4.099.442
11	TORRENTE 4	2011	19.356.588,23 €	2.632.922
12	LAS AVENTURAS DE TADEO JONES	2012	18.211.373,53 €	2.761.509
13	TORRENTE 3, El Protector	2005	18.168.924,78 €	3.575.759
14	TADEO JONES 2. EL SECRETO DEL REY MIDAS	2017	17.916.512,00 €	3.227.171
15	PALMERAS EN LA NIEVE	2015	17.048.738,61 €	2.698.417
16	ALATRISTE	2006	16.715.741,56 €	3.182.491
17	EL NIÑO	2014	16.203.713,45 €	2.757.138
18	CELDA 211	2009	13.145.423,48 €	2.129.571
19	PERFECTOS DESCONOCIDOS	2017	12.988.189,00 €	2.014.745
20	EL OTRO LADO DE LA CAMA	2002	12.616.656,38 €	2.826.156

LA FILIAL DE CINE DE MEDIASET ESPAÑA HA PRODUCIDO LA PELÍCULA ESPAÑOLA MÁS TAQUILLERA EN 10 DE LOS ÚLTIMOS 16 AÑOS.

Además, la filial de cine de Mediaset España ha producido la película española más taquillera en 10 de los últimos 16 años, situación que además se produce de manera consecutiva los últimos cuatro cursos con 'Ocho apellidos vascos' (2014), 'Ocho apellidos catalanes' (2015), 'Un monstruo viene a verme' (2016) y 'Tadeo Jones 2. El secreto del Rey Midas' (2017).

## Productor Independiente del Año

La labor llevada a cabo por Telecinco Cinema desde el inicio de su actividad ha sido merecedora en 2017 del Premio CineEurope al Productor Independiente del Año, un reconocimiento de la International Union of Cinemas (UNIC), que representa a exhibidores y sus asociaciones nacionales en el continente europeo, concedido a la filial de cine de Mediaset España, "cuyos logros en las cerca de dos últimas décadas le han convertido en uno de los grandes estudios cinematográficos no solo de España sino también de Europa", según declaró Andrew Sunshine, vicepresidente de The Film Expo Group, organizador de la convención anual de UNIC en la que se entregaron estos galardones.

Telecinco Cinema se ha sumado así a una extensa lista de destacados distribuidores y exhibidores mundiales premiados por CineEurope, que también ha reconocido a figuras destacadas como James Cameron, Guillermo del Toro, J. A. Bayona, Jerry Bruckheimer y Antonio Banderas.



## Un drama, una superproducción y una comedia, proyectos que han finalizado su rodaje y verán la luz en 2018

Un drama, una superproducción protagonizada por un popular superhéroe español y una comedia son los tres nuevos proyectos de Telecinco Cinema que han finalizado su rodaje en 2017 y llegarán a las salas de cine a lo largo de 2018.

Dirigida por Norberto López Amado y protagonizada por Belén Rueda, 'El cuaderno de Sara' inaugurará los estrenos de la filial cinematográfica de Mediaset España. Con guión de Jorge Guerricaechevarría ('Cien años de perdón', 'El Niño'), cuenta con un reparto que completan Manolo Cardona, Marian Álvarez, el debutante Ivan Mendes y Nick Devlin, además de la colaboración especial de Marta Beláustegui y Enrico Lo Verso. Con un rodaje de ocho semanas en la República de Uganda y la isla de Tenerife, la acción se centra en la búsqueda que Laura emprende para localizar a su hermana Sara, desaparecida en medio de la selva del Congo. La aparición de una foto en medio de un poblado minero empuja a Laura a iniciar un peligroso rodaje al corazón de África.

'Yucatán' se convertirá en el segundo lanzamiento de la factoría de Telecinco Cinema. Dirigida por Daniel Monzón y con una trama que transcurrirá en un crucero, esta comedia cuenta con un elenco coral encabezado por Luis Tosar, Rodrigo de la Serna, Stephanie Cayo, Toni Acosta, Joan Pera, Gloria Muñoz y Agustín Jiménez.

Por otro lado, 'Superlópez' será el tercer estreno de 2018, una gran aventura protagonizada por este clásico superhéroe español al que dará vida Dani Rovira, al frente de un reparto dirigido por Javier Ruiz Caldera e integrado por Alexandra Jiménez, Julián López y Maribel Verdú.

Además, en 2017 Telecinco Cinema también ha culminado el rodaje de 'Ola de Crímenes', que se encuentra en fase de post producción. Dirigida por Gracia Querejeta, esta comedia de acción cuenta con Maribel Verdú al frente de un reparto que completan Paula Echevarría, Juana Acosta, Raúl Arévalo, Antonio Resines y Raúl Peña, con la colaboración especial de Luis Tosar y las intervenciones de dos jóvenes talentos, Asier Ricarte y Miguel Bernardeau.

LA  
COMERCIALIZACIÓN  
DE CONTENIDOS  
PARA PLATAFORMAS  
VOD, OTROS  
CANALES Y  
SOPORTES HA  
CONQUISTADO  
NUEVOS  
TERRITORIOS EN  
2017, SUMANDO  
NUEVAS AUDIENCIAS  
EN LOS MÁS DE 140  
PAÍSES DEL MUNDO .

## Las marcas de Mediaset España, ingresos más allá de la publicidad a través de la Dirección Comercial

Mediaset España ha rentabilizado el valor de sus marcas a través de una gestión integral a nivel comercial de sus cadenas, programas, eventos y presentadores, con la colaboración de socios y proveedores externos con los que ha llevado a cabo el desarrollo y la comercialización de productos derivados de sus contenidos de cine, ficción y entretenimiento; la venta de contenidos y derechos y la explotación musical y del negocio editorial, entre otras líneas.

### El contenido de Mediaset España, presente en 140 países

La comercialización de contenidos para plataformas VOD, otros canales y soportes ha conquistado nuevos territorios en 2017, sumando nuevas audiencias en los más de 140 países del mundo en los que está presente a través de sus producciones y adaptaciones de sus formatos.

Mediaset España ha firmado acuerdos de contenidos con las principales plataformas de SVOD como Netflix, Amazon Prime Video y HBO; ha cerrado alianzas para plataformas en Latinoamérica, México y USA, de la mano de Amazon Prime Video y Flow, así como la renovación de nuevos acuerdos con Claro y Blim, plataforma SVOD del grupo Televisa. En el territorio latinoamericano, DirecTV ha seguido apostando por los contenidos de Mediaset España a través de su plataforma de televisión de pago OnDirecTV, al igual que el canal de pago Europa, del grupo AMC. 2017 ha sido asimismo un gran año en la línea de negocio de Transaccional video on demand (TVOD), por el gran número de alquileres online de los éxitos de Telecinco Cinema.

En venta de derechos, Mediaset España ha continuado de manera firme en el crecimiento del área de ventas internacionales. Especialmente relevante ha sido el éxito de la serie 'Se quién eres', vendida en 60 territorios, y de 'El Chiringuito de Pepe'. Además, ha cerrado el primer acuerdo con National Geographic para la emisión en Estados Unidos de la serie 'Cabo Vadillo' y la producción en Italia de 'Mi casa es la tuya'.

## La música al servicio de estrategias audiovisuales

Mediaset España ha vuelto a ser el grupo de comunicación elegido por las grandes discográficas para comunicar sus novedades, con acuerdos exclusivos para la promoción de artistas como Pablo Alborán, Alejandro Sanz, Sergio Dalma, Melendi, Malú, Fito & Fitipadis, Vanesa Martín, Julio Iglesias, Ed Sheeran, Shakira o Diana Krall, entre otros. La compañía ha introducido en sus contenidos una nueva discográfica para llevar a cabo campañas de comunicación de sus lanzamientos en algunos de sus programas.

En paralelo, se han desarrollado grandes iniciativas de placement musical con acciones en programas, mientras que en el apartado de canciones ha destacado el tema 'Todo es posible' interpretado por David Bisbal y Tini para la película "Tadeo Jones 2: el secreto del Rey Midas", cuyo videoclip acumula más de 20 millones de reproducciones en plataformas digitales.

Mediaset España ha llegado a acuerdos para el lanzamiento de álbumes de artistas como Rosario, Vanesa Martín y Alejandro Sanz, conmemorando el 20 aniversario del mítico disco '´ junto con un CD de su histórico concierto. Artistas destacados como Pablo López, Malú y Niña Pastori, han elegido también la antena y las webs de Mediaset España para el estreno en exclusiva de sus nuevos trabajos.

Grupo Editorial Telecinco (GET) la editorial musical de Mediaset España, y Mira Mi Música (MMM) su marca comercial, han continuado su proceso de transformación dentro de su política de transparencia en las relaciones con músicos, compositores y entidades de gestión, y de su vocación de apoyo al talento local, fruto de la cual la compañía ha trabajado con autores y artistas como David Bisbal, Tini, Juan Carmona, Josemi Carmona, Antonio Canales, Rafa Blas, Farruquito, Teo Carralda, Raimundo Amador, Jorge Pardo o Javier Colina, entre otros; así como con los grandes autores de las BSO que hacen más grande, si cabe, el cine y la ficción nacional: Fernando Velazquez, Zacarias Martínez de la Riva, Laura Durand o Arnau Bataller, entre otros.

GET, referente de ambientación audiovisual en nuestro país, ha comenzado el desarrollo de un proyecto tecnológico que permitirá un acceso más ágil de toda la música puesta a disposición de programas y productoras y un mayor y mejor nivel de servicio hacia los músicos y compositores en su relación con Mediaset España, así como una gestión pionera en el intercambio de documentación con la SGAE y otras entidades de gestión de derechos con el fin de que lo mejor de música de Mediaset esté disponible en todas las plataformas digitales.

## Merchandising, licencias, productos derivados y eventos con el ADN de Mediaset España

Mediaset España se ha trasladado a los hogares no sólo a través de las pantallas, sino mediante una serie de productos y eventos derivados de sus contenidos como revistas, videojuegos, discos, conciertos, exposiciones, menaje, electrodomésticos, decoración, libros, apps, juegos de mesa y productos de alimentación, entre otros.

Un año más, y van seis, 'La Voz' ha sido una de las marcas de referencia en su explotación comercial, con el lanzamiento de una batería de instrumentos musicales, junto al micrófono karaoke oficial, siendo España el primer país en licenciar este producto, así como su perfume oficial. Junto a ellos, Mediaset España ha lanzado 'Gana con tu voz', evento colaborador con el casting del programa que recorrió 14 ciudades y en el que se inscribieron más de seis mil concursantes, siendo finalista uno de ellos. En eventos, otro programa pionero en acercarse a sus fans ha sido 'Cuarto Milenio', que ha continuado su gira por España con la 'Exposición del programa' y 'Las Noches del Misterio' con Iker Jiménez y Carmen Porter, recorriendo desde 2015 un total de 16 ciudades españolas con más de 220.000 visitantes.

Otro de los retos ha sido el desarrollo de licencias de 'Mi Casa Es La Tuya', con productos como el set descorchador de vino, los ambientadores para el hogar, el set de cuchillos o dos nuevos volúmenes de CD con la música, que han situado sus productos derivados en todo un referente en la explotación de licencias televisivas. Al igual que los productos derivados de 'First Dates', entre ellos el libro 'El método First Dates' con consejos infalibles para triunfar en una primera cita. La app oficial del programa ha permitido a sus usuarios acceder al casting, contactar con

otros usuarios y, lo más novedoso: conocer a aquellos ex concursantes que no han encontrado el amor. Para cerrar el año brindando, en diciembre llegaba a su restaurante el vino frizzante First Dates.

Asociado a Boing, Mediaset España ha lanzado una libreta de ahorros con una entidad bancaria y ha renovado el acuerdo de licencia para el producto Boing Boing junto con Simba Iberia.

En kioskos, junto a la revista Boing se ha dado cita un año más la Divinity Collection Fashion como pilar fundamental del canal en cuanto a licencias con una tirada media mensual de 100.000 ejemplares y más de 430.00 lectoras al mes, doblando a la segunda revista de moda y belleza hasta situarse como la 4ª revista femenina del total en España (datos EGM -3er. acumulado de 2017).

En el ámbito editorial, la agenda 'Mil Palabras & +' de Cuatro sigue siendo una de las más destacadas las principales novedades literarias de la televisión, junto a las obras de autores de Mediaset España como Carme Chaparro, Premio Primavera de Novela 2017 con "No soy un Monstuo; Sonsoles Ónega con 'Después del Amor' y Carlota Corredera con 'Tú también puedes', entre otros.

En lo que respecta a las series de Mediaset España, los dos grandes fenómenos de ficción nacional del año han supuesto magníficas oportunidades para trasladar su éxito en pantalla al desarrollo de productos derivados como es el caso de 'Sé quién eres' (Premio Ondas y el Premio MIM 2017), con el spin of editorial 'La última palabra de Juan Elías', escrito por el autor de novela negra Claudio Cerdán; o las peripecias de los vecinos de Montepinar, que en la décima temporada de 'La Que Se Avecina' han trasladado su éxito a una tienda online con camisetas oficiales de la serie, [www.camisetaslaqueseavecina.es](http://www.camisetaslaqueseavecina.es), y a una edición especial del Monopoly de 'La que se avecina'.

Mención especial merecen en 2017 las producciones de Telecinco Cinema. "Tadeo Jones", que ha venido acompañada en su nueva película de importantes colaboraciones comerciales de placement y licencias, con la integración de tres destinos turísticos (Granada, Turquía y Perú) y una compañía aérea, así como una batería de productos de diferentes sectores -editorial, juguetero, ocio, educativo, musical y electrónico-, además de la representación de la primera obra de teatro del famoso personaje. Por su parte, 'El Secreto de Marrowbone' se

EN KIOSKOS, JUNTO A LA REVISTA BOING SE HA DADO CITA UN AÑO MÁS LA DIVINITY COLLECTION FASHION COMO PILAR FUNDAMENTAL DEL CANAL EN CUANTO A LICENCIAS CON UNA TIRADA MEDIA MENSUAL DE 100.000 EJEMPLARES Y MÁS DE 430.00 LECTORAS AL MES.

MEDIASET ESPAÑA SE HA TRASLADADO A LOS HOGARES NO SÓLO A TRAVÉS DE LAS PANTALLAS, SINO MEDIANTE UNA SERIE DE PRODUCTOS Y EVENTOS DERIVADOS DE SUS CONTENIDOS.

estrenó acompañada de una edición novelada de la película escrita por el propio director Sergio G. Sánchez, con prólogo de J. Bayona y epílogo de Gustavo Martín Garzo. Por su parte, 'Perfectos Desconocidos' ha supuesto una gran oportunidad para cerrar acuerdos globales con diferentes marcas que han acompañado el proyecto desde su origen, como una compañía tecnológica y de telefonía; una bodaga y una firma de encimeras de granito.

Ya para terminar la descripción de esta línea de negocio, cabe destacar que un año más el Departamento Comercial de Producto Editorial ha puesto las marcas de nuestros programas a disposición de los anunciantes. Esto ha supuesto nuevos acuerdos de cesión de marca con grandes anunciantes de joyería con 'La Voz', de restauración con 'First Dates' o automoción con 'Cámbiame'.

### 'Mi Tienda Mediaset', 'Taquilla Mediaset' y 'Más Que Coches Renting', el desarrollo de negocio digital e-commerce

El desarrollo de negocio digital y el e-commerce han sido un activo estratégico en las actividades de la Dirección Comercial Editorial, por un lado impulsando las marcas ya existentes vinculadas al comercio online, como Taquilla Mediaset y Mi Tienda Mediaset, y por otro, incorporado nuevas líneas como 'Más Que Coches Renting'.

En un entorno en el que el sector de la automoción se encuentra en constante crecimiento, Mediaset España ha lanzado esta nueva plataforma online de renting de vehículos dirigida a particulares, estrechamente vinculada a 'Más Que Coches', el emblemático espacio del motor de Telecinco. Junto a esta nueva línea de e-commerce, Taquilla Mediaset se ha refrendado como una de las webs de venta de entradas más reconocidas en nuestro país con la garantía de Ticketmaster, a la par que el programa de televisión Taquilla Mediaset se consolidado como la agenda de eventos televisiva por antonomasia. Este ejercicio, la web de ventas ha cerrado acuerdos con más de una treintena promotores para comercializar y promocionar más de 50 eventos diferentes musicales y teatrales.

2017 ha sido además el año en que Taquilla Mediaset se ha convertido en el socio ideal para los musicales que llenan las carteleras de nuestro país. Promotores de shows como 'El Guardaespaldas', 'La Familia Addams', 'The Hole Zero', 'Dirty Dancing' o 'Cabaret' han apostado por su alianza con Mediaset España, a la par que la compañía ha empezado a colaborar de forma muy activa con teatros de Madrid y Barcelona para promocionar sus obras.

Mi Tienda Mediaset, ([www.mitiendamediaset.es](http://www.mitiendamediaset.es)), la web donde están disponibles todos los productos oficiales de Mediaset España, se ha sometido a un importante rediseño y renovación este año, gracias al cual se ha adaptado por completo a los estándares tecnológicos que marcan los líderes del sector. Ahora, con tres simples clics, es posible comprar desde el teléfono móvil cualquier producto de su extenso catálogo, que se ha seguido ampliando al incorporar todas las nuevas referencias desarrolladas desde la Dirección Comercial de Producto Editorial.

Todo ello, aprovechando el elevado potencial de impacto social de Mediaset España, la compañía ha cerrado acuerdos de placement en redes sociales, acercando todos los lanzamientos a sus usuarios, acompañado de acciones puntuales de fidelización como concursos con los que Mediaset enlaza sus marcas a experiencias o productos únicos, dando como resultado una combinación exclusiva de valor añadido valorada muy positivamente por el usuario de Mediaset.



LA COMPAÑÍA HA CERRADO ACUERDOS DE PLACEMENT EN REDES SOCIALES, ACERCANDO TODOS LOS LANZAMIENTOS A SUS USUARIOS, ACOMPAÑADO DE ACCIONES PUNTUALES DE FIDELIZACIÓN COMO CONCURSOS CON LOS QUE MEDIASET ENLAZA SUS MARCAS A EXPERIENCIAS O PRODUCTOS ÚNICOS.

ATLAS, LA AGENCIA AUDIOVISUAL DE NOTICIAS DE MEDIASET ESPAÑA, HA DEMOSTRADO NUEVAMENTE SER LA COMPAÑÍA LÍDER EN PRODUCCIÓN DE NOTICIAS EN VÍDEO, CON UN VOLUMEN SUPERIOR A 3.000 NOTICIAS MENSUALES.

## Atlas, la mejor oferta diaria de noticias y servicios de producción audiovisual

2017 ha presentado un exigente panorama informativo que ha puesto a prueba a las principales agencias de noticias y proveedores de contenidos y servicios informativos. Un ejercicio crucial en el que Atlas, la agencia audiovisual de noticias de Mediaset España, ha demostrado nuevamente ser la compañía líder en producción de noticias en vídeo, con un volumen superior a 3.000 noticias mensuales, dando cobertura a los principales acontecimientos del año: la crisis institucional en Cataluña con el referéndum, la declaración de independencia, la aplicación del artículo 155 los posteriores ingresos en prisión de sus responsables y las elecciones catalanas, entre otros asuntos relacionados con el conocido procés; los atentados del Estado Islámico en Barcelona y Cambrils, Londres, Manchester, Estocolmo y París; el desarme de ETA, las primarias en el PSOE, la comparecencia del presidente Rajoy en el juicio Gürtel, la sentencia del caso Noos, la dimisión de Esperanza Aguirre, el juicio por el caso Palau, el suicidio de Miguel Blesa, la detención del presidente de la FEF Ángel María Villar, la exhumación de los restos de Salvador Dalí, el fallecimiento por accidente de Ángel Nieto, la declaración de Cristiano Ronaldo por presunto fraude fiscal, los incendios en Galicia, el juicio a “la manada”, el fallecimiento del Fiscal General del Estado o la detención del presunto asesino de Diana Quer, entre otras muchas noticias.



Atlas también ha dado cobertura a los principales eventos deportivos ocurridos durante el año. El Eurobasket celebrado en Rumanía, Israel, Turquía y Finlandia, la Champions League con un seguimiento especial de la final entre Juventus y Real Madrid en Gales, la Liga, la Copa del Rey, la Supercopa de España, el Europeo Sub-21 de fútbol celebrado en Polonia; y por supuesto las principales noticias de actualidad del mundo del deporte.

Respecto a su servicio de noticias de agencia, Atlas se mantiene como el referente de agencias de información audiovisual. Televisiones nacionales, internacionales, autonómicas, locales, productoras y medios online confían cada día en ella para editar sus informativos, programas de actualidad y videonoticias web. Más de 120 abonados están suscritos a su servicio y reciben diariamente las principales noticias ocurridas en España y fuera del país. Un servicio que cuenta con diferentes bloques temáticos: actualidad española, actualidad internacional, deportes, noticias autonómicas y noticias editadas. Atlas ofrece a sus abonados en total diariamente más de 100 noticias al día y un completo servicio de archivo.

En el mercado internacional, el servicio de noticias en español Spanish Video Reports sigue consolidándose entre los medios digitales americanos de habla hispana, con más de 300 noticias en vídeo distribuidas al mes entre los abonados a este servicio.

Desde su área de Servicios Broadcast, ha coordinado mensualmente más de 1.000 conexiones en directo para televisiones nacionales e internacionales, canales autonómicos y locales, medios digitales y plataformas live video streaming de redes sociales. Durante el año 2017 ha destacado el especial despliegue de Atlas durante la crisis institucional de Cataluña y los atentados ocurridos en agosto en Barcelona y Cambrils. Más de 100 profesionales dieron cobertura a clientes nacionales y también internacionales, como CNN, quien confió en sus servicios para informar en directo sobre los atentados durante 72 horas seguidas. Sky News, RTL Alemania, RAI, Caracol TV, IHA, son algunos de los medios internacionales que también la eligieron como proveedor de servicios técnicos y de producción para dar cobertura a esta noticia de alcance mundial.

EN EL PLANO INTERNACIONAL, ATLAS CONTINÚA SIENDO UN REFERENTE COMO PROVEEDOR DE BROADCAST SERVICES PARA EMPRESAS COMO LA BRITÁNICA BBC, QUE CONTRATÓ SUS SERVICIOS PARA SU ESPECIAL COBERTURA CON MOTIVO DE LAS ELECCIONES EN EL REINO UNIDO.

En el plano internacional, Atlas continúa siendo un referente como proveedor de Broadcast Services para empresas como la británica BBC, que contrató sus servicios para su especial cobertura con motivo de las elecciones en el Reino Unido.

Más allá de sus servicios breaking news, también ha sido la agencia encargada de producir en directo eventos como los Premios Fronteras del Conocimiento de la Fundación BBVA; ofrecer en directo vía streaming para Mitele un día de rodaje de la película 'Súperlópez'; llevar a cabo la presentación Hewlett Packard Enterprises en "Discover 2017 Madrid" desde IFEMA; la producción y streaming del 'Dulceweekend' con la influencer Dulceida, o la grabación y producción del programa "Luce tu pueblo" para Divinity, entre otras.

En este sentido, dentro de Mediaset España, Atlas ha llevado a cabo toda la producción, un ejercicio más de Informativos Telecinco, Noticias Cuatro y 'Las Mañanas de Cuatro', dando soporte de producción a espacios como 'El Programa de Ana Rosa', 'Sálvame', 'Sábado Deluxe', 'Viva la vida' y 'El Programa del Verano', entre otros. También ha llevado a cabo producciones comerciales y publicitarias a través de su estrecha colaboración con Publiespaña y su red de clientes.

Por último, Atlas ha engrosado sus clientes en el apartado de servicios audiovisuales de comunicación dirigidos a empresas e instituciones que precisan de la colaboración de una empresa especializada en la producción audiovisual para llevar a cabo sus estrategias de comunicación. Producción de vídeos corporativos e institucionales, elaboración y distribución de videocomunicados, desarrollo de eventos en directo, son algunos ejemplos de los servicios de producción y comunicación que ha ofrecido a clientes como la agencia BBDO Proximity (con acciones para Skoda y Renault), Fly me to the moon (con acciones para Lidl, Vueling, Kaiku y Barceló), Havas (Fundación El Almendro y Divina Pastora Seguros), HK Strategies (Solvía), Lewis (Samsung), L'Oreal, Sigla Comunicación (Audi) o Tingle (Font Vella), entre otros clientes.



LOS CANALES DE MEDIASET ESPAÑA SIGUEN CONTRIBUYENDO, AÑO A AÑO, A DIFUNDIR LAS PRINCIPALES CAUSAS SOCIALES, ÉTICAS O MEDIOAMBIENTALES DE SU ENTORNO.

## Entretenimiento, información y compromiso social

Mediaset España colabora con la difusión de diversas causas sociales y ambientales mediante la **difusión en sus contenidos**, contribuyendo a la recaudación de fondos para ONGs y ofreciéndose como plataforma para la difusión de reivindicaciones que promueven la convivencia, la igualdad, la protección ambiental o la salud, entre otros. Las principales causas apoyadas por Mediaset España en 2017 fueron:

### World Pride 2017

Mediaset España se ha sumado a la celebración del World Pride 2017. Desde el 24 de junio hasta el 2 de julio, los canales Telecinco, Cuatro, Divinity, BeMad y Mtmad ofrecieron contenidos específicos sobre el evento que se celebraba en Madrid.

Un rosco LGTBI en 'Pasapalabra', la Noche del Orgullo del Amor en 'First Dates', el estreno de la campaña de autopromociones 'Diversity' y 'Cazamariposas Pride' en Divinity; así como especiales de 'Conexión Samanta' sobre la transexualidad en BeMad y videoblogs temáticos en Mtmad, han sido algunos de los contenidos elaborados y difundidos con motivo del World Pride 2017.

### Detección precoz del cáncer de mama y de próstata

En 2017 se ha emitido una campaña para concienciar sobre la detección precoz del cáncer de mama y de próstata. Con la colaboración de la Asociación Española Contra el Cáncer, se han difundido cuatro piezas de animación que abordaban la importancia de la prevención de la enfermedad incidiendo en cuatro aspectos: diagnóstico precoz, factor hereditario, ejercicio físico y alimentación saludable.

### Donación de órganos

Se ha difundido el spot "Celebra la vida. Celebra que eres perfecto para otros", correspondiente a la campaña 'Eres perfecto para otros', a favor de la donación de órganos, protagonizado en esa ocasión por María Gómez y Florentino Fernández.

### Enfermedades raras

Desde el 30 de noviembre y hasta finales de 2017 se ha emitido un spot de la Fundación Querer en apoyo del proyecto "El cole de Celia y Pepe", cuyo objetivo es la creación de centros educacionales especializados para niños con una enfermedad rara.

### Eficiencia energética

Mediaset España y Gas Natural han unido fuerzas en 2017 para concienciar sobre el consumo energético responsable a través de la emisión en todos los canales de "Proyecto tiempo", un largometraje de ciencia ficción con tintes futuristas compuesto por cuatro partes (cuatro cortometrajes, tres de ellos emitidos en 2017) que han contado con un reparto de actores muy conocidos entre el público español. Este largometraje forma parte de 'CINERGÍA', un proyecto cinematográfico dirigido por Isabel Coixet.

### Contra el acoso escolar

El 2 de mayo de 2017 los informativos de Telecinco y Cuatro y los programas 'El Programa de Ana Rosa', 'Cazamariposas' y 'Sálvame' apoyaron el evento 'Valientes contra el acoso', organizado por el Gobierno de Aragón y Mediaset España, coincidiendo con el Día Internacional contra el Acoso Escolar. Alrededor de 1.600 jóvenes de 80 centros públicos de Primaria y Secundaria y sus profesores participaron en un acto pensado para ayudarles a descubrir las claves que les conviertan en auténticos 'súper-héroes' contra el bullying.

### Día Internacional de la Mujer

Mediaset España y la marca NIVEA han lanzado la campaña "Te atreves a ser tú" en el Día Internacional de la Mujer (8 de marzo). En ella se reivindicaba la lucha de las mujeres por participar en condiciones de igualdad con los hombres en los desafíos sociales, económicos y políticos a través de diferentes menciones de patrocinio que realizaron a lo largo del día seis comunicadoras de Mediaset España, en los programas de producción propia de Telecinco.



## Programas informativos

Los espacios informativos de Mediaset España han contribuido en 2017 al conocimiento y difusión de importantes problemas sociales y ambientales, ofreciendo una cobertura informativa de los mismos orientada al servicio público. Estos son los principales asuntos tratados:

### Igualdad de género

- Difusión de la iniciativa de Mediaset España “Con la trata no hay trato”, contra las mafias que obligan a mujeres a ejercer la prostitución.
- Cobertura de los casos de violencia machista y de la realidad de las mujeres que denuncian, y crítica a las instituciones judiciales, policiales y sociales que dejan desprotegidas a las víctimas. Todo ello siempre con objetividad y respeto a las personas implicadas. Además, en todas las informaciones relacionadas con el maltrato a la mujer se incluye el teléfono de atención a mujeres maltratadas 016.
- A primeros de octubre, surgen las denuncias de acoso sexual contra Harvey Weinstein y se inicia un potente movimiento denominado “ME TOO” (YO TAMBIÉN) contra este tipo de comportamientos, hasta convertirse en una demanda generalizada de igualdad. Estos

hechos y otros que han contribuido al mismo debate en la sociedad española han sido reflejados y explicados en los informativos de Mediaset España.

### Trasplante de órganos

Mediaset España y la Organización Nacional de Trasplantes han mantenido su colaboración para fomentar la donación de órganos, tejidos y médula ósea. En 2017 se han emitido varios reportajes explicando a los ciudadanos cómo hacerse donante de médula ósea, reflejando asimismo la realidad de donantes y receptores, con un foco especial en los menores que esperan un trasplante.

### Cáncer

Difusión de información en torno a la situación de los pacientes y los avances en biomedicina, así como de mensajes positivos y de solidaridad de las asociaciones dedicadas al cáncer, especialmente de cáncer infantil.

### Campañas de tráfico

Cobertura de campañas de la DGT, Fundación Mapfre, RACC y asociaciones de carretera y víctimas para promover la seguridad vial.

Difusión de los cambios legislativos y sensibilización especialmente dirigida a los jóvenes en relación al peligro derivado del consumo de alcohol y drogas.

### Pobreza energética

Visibilidad y voz a las familias que en 2017 han sufrido cortes de luz por no poder asumir el pago de las facturas, así como a aquellas que han perdido a sus seres queridos debido a incendios provocados en sus viviendas por el uso de braseros y velas a falta de electricidad.

### Recogida de alimentos

En el mes de diciembre se ha apoyado a la Federación de Bancos de Alimentos en la difusión de su gran recogida de alimentos.

### Ahorro de agua

Ante la falta generalizada de lluvia, los informativos de Mediaset España han insistido mucho en el problema de la sequía y han ofrecido a los espectadores diferentes reportajes explicando cómo ahorrar agua.



## Amores que duelen

'Amores que duelen' muestra casos reales de víctimas de violencia de género. Cada temporada aborda este problema desde distintas perspectivas, sensibilizando al espectador sobre el alcance y realidad de la violencia de género y desactivando prejuicios e ideas preconcebidas.

En 2017, la tercera temporada se ha centrado en ocho casos de violencia de género entre adolescentes y la cuarta en casos en diferentes ámbitos de población, tanto en ciudades como en zonas rurales y en todo tipo de clase social.

## Pasapalabra

El programa 'Pasapalabra' aprovecha el contenido y dinámica del concurso para apoyar y difundir diversas causas sociales y ambientales:

- Celebración del Día del Libro y apoyo al Comité Español de ACNUR mediante la recaudación de fondos en el contexto del concurso.
- Celebración del Día Internacional del Reciclaje y recaudación de fondos para WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza).
- Consejos e información para concienciar a los espectadores sobre la necesidad de ahorrar energía.
- Navidades. El concurso ha cedido tiempo para dar voz a diversas ONGs y mostrar su trabajo, concretamente la Fundación Querer, la Asociación Duchenne Parent Project, la Fundación contra la Hipertensión Pulmonar y la organización Share a coffee for.

## Cámbiame

En 2017 el programa ha apoyado la causa de los 300.000 niños robados existentes en España y ha logrado reunir a una madre y su hija 36 años después. Tras la aparición en el programa de la joven Mai Álvarez buscando a su madre biológica, el equipo del programa comenzó un trabajo de

investigación que concluyó con la localización de la madre y el reencuentro entre ambas.

## Sálvame

A lo largo de 2017 el programa y sus colaboradores han apoyado a distintas organizaciones y las causas que promueven:

- Durante meses el programa ha creado la "Gran Pinacoteca Sálvame", con 13 obras de maestros españoles encarnadas por los colaboradores y presentadores, y pintadas por el artista Antonio Decinti. Los cuadros fueron subastados con fines benéficos y la recaudación se destinó a las organizaciones elegidas por los colaboradores del programa:
  - BAASGALGO (Rescate de perros abandonados).
  - Asociación Gaditana "Yo me uno al retto" (Por la investigación del Síndrome de Rett).
  - Nico contra el cáncer infantil.
  - Mensajeros de la Paz (Ayuda a personas en riesgo de exclusión social).
  - Fundación Nido (Niños con parálisis cerebral).
  - AFIBROM (Asociación de Fibromialgia, Síndrome de Fatiga Crónica y Sensibilidad química múltiple de la Comunidad de Madrid).
  - Fundación Bobath (Dirigido a personas con parálisis cerebral).
  - TORRAFAL (Asociación de Familiares de Enfermos de Alzheimer de Torrejón de Ardoz).
  - A.E.C.C. (Asociación Española de Lucha contra el Cáncer).
  - Fundación Aladina (Apoyo a niños con cáncer y a sus familiares).

- Fundación Ramón Grosso (Niños y jóvenes con cualquier tipo de discapacidad o riesgo exclusión social).
- ASCOPAS (Asociación sin ánimo de lucro Comarcal de Padres y Protectores de Minusválidos Psíquicos de los municipios de Abarán, Blanca, Ricote y Cieza en Murcia).
- ADANER (Asociación en Defensa de la Atención a la Anorexia Nerviosa y Bulimia).
- Promoción del calendario "Nico contra el cáncer infantil" del año 2018, para la lucha contra el cáncer infantil.
- El 1 de febrero de 2017 se celebró el Día Mundial del Galgo con la presencia en el plató de un perro de esta raza.
- Belén Esteban lució el 28 de febrero una camisa especial por el Día Mundial de las Enfermedades Raras, con el objetivo de recaudar dinero para la Fundación Querer dedicada a la educación e investigación de niños con enfermedades raras.

## Me lo dices o me lo cantas

Los participantes que ganan cada una de las ediciones de este show dedicado al baile y la música hacen entrega de un premio de 3.000 euros a una ONG o causa benéfica de su elección.

En 2017 las entidades beneficiarias han sido la Fundación Barraquer (operaciones gratis de cataratas a personas sin recursos), la Asociación El Olivar (casas de acogidas para jóvenes), Acción en Red, Cruz Roja Española (concretamente el programa para luchar contra el cáncer en niños), la investigación del Síndrome de Dent y la Asociación Ángeles Malagueños de la Noche (que dan de comer a personas sin recursos) y la Casa Ronald McDonald.



## Héroes, más allá del deber

‘Héroes, más allá del deber’ es un docu-factual en el que se cuenta cómo es el día a día de cinco profesionales cuya labor consiste en ayudar a los demás. Durante su emisión en 2017 ha hecho difusión de diversas causas:

- Ayuda a niños con parálisis cerebral mediante la recaudación de fondos a través de un calendario de bomberos, con el que se ha comprado un aparato que mejorará la movilidad de una niña.
- Difusión y concienciación en contra de la violencia de género a través de Yohanna Alonso, que da clases de defensa personal a mujeres víctimas de violencia de género.
- Normalización de las personas LGTBI. Julio Armas cuenta la historia sobre cómo tuvo que aprender a aceptarse a sí mismo y aceptar que era homosexual.
- Difusión en contra del tráfico de drogas y su consumo a través de la emisión de operaciones de la Policía que se desarrollan en la Línea de la Concepción.
- Ayuda a la difusión de la asociación Hogar Betania, que ofrece un hogar para personas que carecen de él y ayuda a familias y niños en riesgo de exclusión social.

## Volando voy

En ‘Volando Voy’ es prioridad la conservación de los ecosistemas y la protección del medio ambiente. En 2017 se ha dado visibilidad a varias problemáticas ambientales:

- En el capítulo del País Vasco se dio a conocer el problema del plástico en los océanos y se recogieron toneladas de las playas, concienciando a la audiencia de la necesidad de reducir su uso y reciclarlo.

- En Mar Menor se promovió la agricultura ecológica que daña menos el mar.

- En el episodio de Grazalema se reunió a una multitud de personas para colaborar en la repoblación de un pinsapar, llamando la atención sobre los efectos del cambio climático.

## Planeta Calleja

En 2017 ‘Planeta Calleja’ ha promovido la concienciación sobre el cambio climático, la protección de las especies en su hábitat natural, así como el respeto y el cuidado de la naturaleza. Estos temas se han tratado de manera especial en:

- Entrevista al director del Instituto Polar Noruego para conocer los efectos del cambio climático y cómo nos afecta de manera global y particular, concienciando sobre posibles soluciones.
- En Sudáfrica se trató la conservación de las especies, la lucha contra la caza furtiva en las reservas del país y la igualdad y la convivencia entre los diferentes grupos étnicos.
- En Chile se mostraron los efectos del cambio climático en los glaciares de la Patagonia.
- En Marruecos se abordó el papel de la mujer en el mundo islámico.

## En el Punto de Mira

Reportajes impactantes y periodismo de profundidad son los ejes de este programa que en 2017 ha tratado algunos temas de particular interés social:

- Panga: se ha puesto de manifiesto que este pescado no tiene ningún valor nutricional y después de la emisión

del reportaje algunas grandes superficies han dejado de comercializarlo.

- Fraude del buey: el programa ha conseguido demostrar cómo casi ninguna carne vendida como buey lo es, siendo en realidad carne de vaca vieja.
- Atún Rojo: el programa también ha podido demostrar que el atún rojo que se pretendía vender como tal no lo era.
- Maternidad subrogada: el programa viaja a Ucrania para mostrar cómo muchas madres que alquilaban su vientre lo hacían por necesidad económica. En el mes de diciembre el Estado español desaconsejaba Ucrania como país de destino para la maternidad subrogada.

## Espíritu Salvaje

Este docu-reality recoge las vivencias de un matrimonio y sus dos hijos pequeños mientras realizan un viaje alrededor del mundo, descubriendo territorios naturales, así como las poblaciones que los habitan. Su objetivo primordial es la divulgación y la concienciación sobre la sostenibilidad y el respeto por los animales.

## A toda pantalla

En 2017 se emitió el primer programa en televisión grabado íntegramente con smartphones. Producido por Mediaset España, en colaboración con Prisa TV y con el patrocinio de LG, el programa da un paso adelante integrando las nuevas tecnologías en su formato, tanto en su forma de grabación como en su narrativa, en la que están muy presentes las redes sociales y las diferentes fórmulas de comunicación tales como videoconferencias, chats y videoreportajes.



En apoyo de diversas causas, el canal BeMad ha emitido en 2017 programaciones especiales que han contribuido a sensibilizar a la audiencia. Estas han sido las principales:

- **Campaña 'Eres perfecto para otros':** el 15 de julio de 2017 el canal emitió la película documental 'La Intérprete', que cuenta historias de personas vinculadas de una forma u otra con el trasplante de órganos. Además de esta emisión, el canal incorporó durante toda la noche mensajes sobreimpresionados relacionados con el trasplante de órganos.
- **Rising Nepal:** en recuerdo del terremoto que asoló Katmandú (Nepal) en 2015, se emitió el documental dirigido por M.Ángel Tobías en el que pone voz y rostro a varias víctimas supervivientes marcadas y unidas por el seísmo, que superaron el miedo y el sufrimiento y se entregaron a la esperanza.
- **Conservación de las especies autóctonas y en grave peligro de extinción:** con motivo del estreno de "Río Salvaje en Gondwana", se emitió una programación sobre animales que contiene 'La vida salvaje con Tim' y 'Veterinario al rescate', se ofreció un maratón de 'Planeta Calleja', el especial de 'Cuarto Milenio' dedicado a Félix Rodríguez de la Fuente y todos los capítulos de la primera temporada de 'Río Salvaje'.
- **Día Mundial del Medio Ambiente:** bajo el lema "Conectar a las personas con la naturaleza" se emitieron una serie de programas especiales de 'Callejeros Viajeros' recorriendo lugares con naturaleza salvaje como Papúa, Etiopía o Tanzania, entre otros. La programación se completó con un maratón de todos los programas de 'Río Salvaje'.
- **Día Internacional de los Océanos:** se emitieron los programas "Callejeros: Atlántico", "Callejeros Viajeros: Océano Ártico, Groenlandia", "Callejeros Viajeros: Océano Atlántico, Barbados, el lujo del Caribe", "Callejeros Viajeros: Océano Índico, Madagascar", "Callejeros Viajeros: Océano Pacífico, Taití y Bora".
- **Día Internacional de la Alimentación:** se emitieron todos los reportajes de 'En el Punto de Mira' dedicados a la alimentación.

Cabe destacar especialmente la labor de los programas Río Salvaje y Convézzeme.

### Río Salvaje

La segunda temporada del programa presentado por Kike Calleja ha intentado contribuir a la defensa de la biodiversidad. 'Río Salvaje' viajó hasta la reserva natural de Gondwana, en Sudáfrica, y recorrió distintos puntos de la geografía española mostrando las distintas especies de animales y dando a conocer el trabajo que llevan a cabo a diario los conservacionistas para preservarlas.

### Convézzeme

'Convézzeme', como programa dedicado a los libros, ha realizado una importante labor de promoción de la lectura en la que ha destacado el arranque de la segunda temporada, estrenada el 23 de abril de 2017 con un especial conmemorativo del Día Internacional del Libro.



Entre junio y agosto, el canal infantil de Mediaset España ha emitido una serie de piezas donde los personajes del canal transmitían mensajes sobre hábitos saludables y valores positivos, buenas maneras y cuidado de las mascotas.

Además, Boing se ha sumado un año más a la carrera solidaria Perrotón España. El canal ha estado presente en la carrera celebrada en Madrid el 15 de octubre de 2017 y, por primera vez, en la celebrada en Marbella el 28 de mayo. Perrotón destina el 30% de las inscripciones de los participantes a la Asociación Nacional Sin Ánimo de Lucro Perrotón, que colabora habitualmente con protectoras con bajos recursos económicos.



A lo largo del año el canal Divinity ha colaborado con la difusión de diversos eventos con contenido benéfico, entre los que destacan:

- **XXI Premios Cadena Dial.** La gala destina parte de su recaudación a ASPRONTE, una ONG volcada en la mejora de la calidad de vida de las personas con discapacidad intelectual y sus familias.
- **Concierto solidario 'La noche de Cadena 100' a favor de Manos Unidas.** La Asociación Fratelli acoge en las aulas de sus centros de Sidón y Beirut a niños refugiados que llevan varios años sin escolarizar. Los fondos recaudados en este evento fueron destinados a mejorar el acceso a los servicios socioeducativos de estos pequeños en las localidades de Rmelieh y Bourj Hamoud.
- **Concierto solidario Cadena 100 "Por Ellas".** Evento musical a beneficio de la Asociación Española Contra el Cáncer (AECC).
- **XI Edición del concierto Los40 Music Awards.** Esta gala musical destinó parte de la recaudación por venta de entradas a la Asociación adEla (Asociación Española de ELA), organización sin ánimo de lucro centrada en mejorar la calidad de vida de las personas afectadas por esta enfermedad.

## Plataforma de divulgación social

Mediaset España tiene una amplia presencia en Internet con todo tipo de formatos y contenidos. La empresa también utiliza su éxito en la red para difundir retos sociales y ambientales de interés para el conjunto de la sociedad.

## Protección de la naturaleza

### Informativos de Telecinco y Cuatro

- Día de la preservación de la capa de ozono  
- Día de los Océanos.
  - Día Mundial de los Océanos, los males que matan nuestros mares  
  - Las grandes catástrofes en los océanos  
- Día del Medio Ambiente
  - “Las administraciones son las principales infractoras de la legislación en materia de Medio Ambiente”  
  - Hay que cambiar el no lo cojas, que es basura, por no lo tires, que es basura  
- Día Mundial de la Tierra
  - Día Mundial de la Tierra: España se suma a la marcha de la Ciencia 
  - El mundo celebra el Día Internacional de la Tierra 
- La Hora del Planeta
  - La Hora del Planeta: Diez años apagando la luz contra el cambio climático 
  - Diez años apagando la luz contra el cambio climático (Video del informativo) 
  - 200 ciudades en España se unen a la Hora del Planeta y apagarán su luz por el clima 
  - ‘Que nadie te pare’, el lema elegido para 2017 (vídeo) 
  - Clara Lago se une a la Hora del Planeta 
  - Imagina un mundo en el que paramos el cambio climático 
  - Informativos Telecinco apaga la luz en la #horadelplaneta (en vídeo) 
- Día de los Bosques
  - Cuidemos de los pulmones del Mundo  
- El tiempo hoy
  - Blog ‘Explorador’ que insta a cuidar el planeta y denuncia el deshielo del Ártico y la Antártida. 
  - No al Cambio Climático 
  - Jorge Morales y su sección sobre ahorro de energía.    
  - Impuesto al Sol 
  - Reforestaciones 
  - Uso de la bici  

### Mtmad

- Sensibilización sobre los derechos de los animales
  - Canal LA VIDA PERRACA 

En 2017 ha destacado la labor de los Informativos de Telecinco y Cuatro, el espacio meteorológico ‘El Tiempo Hoy’ y los contenidos digitales de Divinity y Mtmad en este ámbito. La protección de la naturaleza, la defensa de la igualdad de género y el apoyo a distintos colectivos como el LGBTI, así como la promoción de estilos de vida saludables han sido los temas más tratados.

## Igualdad y normalización de colectivos en riesgo de exclusión

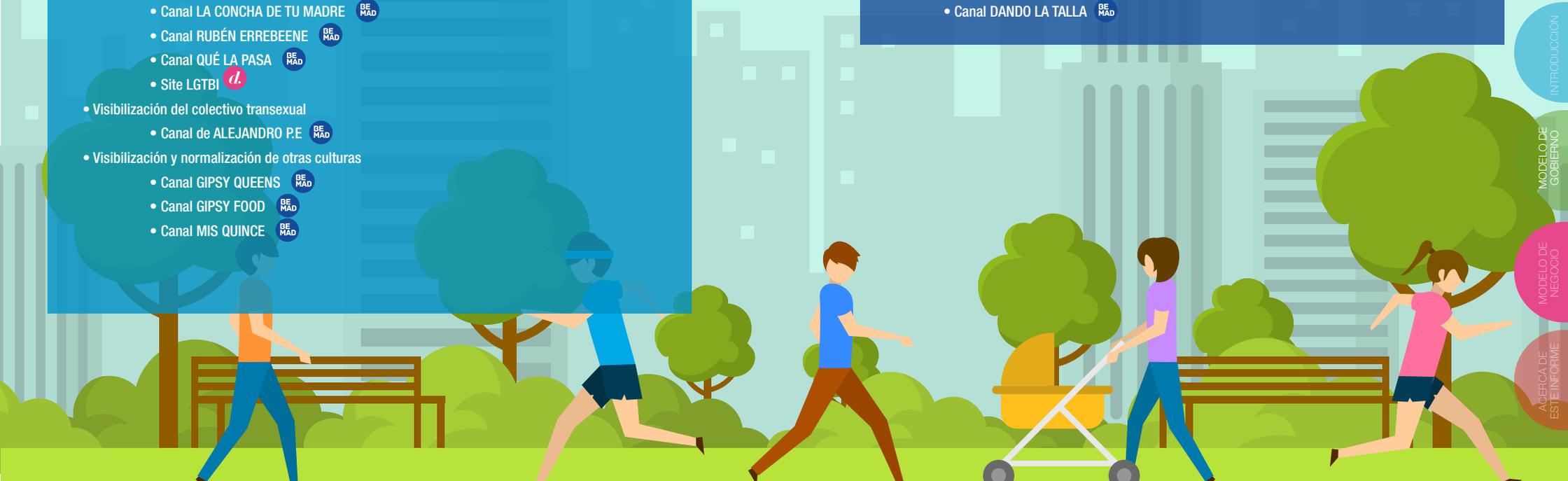
### Mtmad y Divinity

- Fomento de la igualdad entre hombres y mujeres
  - Site de Mujeres
  - Apoyo al festival MADWOMENFEST que reconoce y da visibilidad a mujeres artistas
  - Blog feminista
  - Canal de FEMYLENIA
  - Canal SHAKE SHAKE SHAKE
  - Canal BEAUTIPS FOR MEN
- No al acoso
  - Numerosas publicaciones de denuncia en Divinity.es:
- Visibilización y normalización del colectivo homosexual
  - Canal TENGO UN AMIGO QUE
  - Canal THE TRIPLETZb
  - Canal DULCEWEEKEND
  - Canal MADLOVE
  - Canal LA CONCHA DE TU MADRE
  - Canal RUBÉN ERREBEENE
  - Canal QUÉ LA PASA
  - Site LGTBI
- Visibilización del colectivo transexual
  - Canal de ALEJANDRO P.E.
- Visibilización y normalización de otras culturas
  - Canal GIPSY QUEENS
  - Canal GIPSY FOOD
  - Canal MIS QUINCE

## Estilos de vida saludables

### Cuatro y Mtmad

- Fomento de la vida sana y el deporte
  - GENERACIÓN PRO: Web dedicada al deporte base, infantil y juvenil
  - Canal CHATARRAS PALACE: LOS ENTRENOS
  - Canal MUJERES RUNNERS CON MÓNICA MARTÍNEZ
  - Canal DOCTORE POLLO
  - Canal ENTRENA CON SERGIO PEINADO
- Divulgación de contenidos sexuales para el público joven
  - Canal TENGO UN AMIGO QUE
  - YASSS, Web y programa en directo donde se contribuye a acabar con los tabúes sexuales
- Prevención sobre el consumo de drogas
  - Canal NO ME RAYES e
- Visibilización de las mujeres reales alejadas de la tiranía de la delgadez
  - Canal de SERRANÍSIMA
  - Canal A 140 KILOS DE DISTANCIA
  - Canal DANDO LA TALLA



## PREMIOS RECIBIDOS POR MEDIASET ESPAÑA EN 2017

**Premio Mujerhoy a Ana Rosa Quintana** en reconocimiento a las mujeres más sobresalientes de España

### Premios Feroz

A 'Kiki, el amor se hace' a la Mejor Película de Comedia  
 A 'Kiki, el amor se hace' al Mejor Trailer  
 A Fernando Velasco por 'Un monstruo viene a verme' a la Mejor Música Original

### Premios Goya a 'Un monstruo viene a verme':

Mejor Dirección a Juan A. Bayona  
 Mejor Música Original a Fernando Vázquez  
 Mejor Dirección de Producción a Sandra Hermida  
 Mejor Dirección de Fotografía a Óscar Faura  
 Mejor Montaje a Bernat Vilaplana y Jaume Martí  
 Mejor Dirección Artística a Eugenio Cabrero  
 Mejor Maquillaje y Peluquería a Marese Langan y David Martí  
 Mejor Sonido a Peter Glossop, Oriol Tarragó y Marc Orts  
 Mejores Efectos Especiales a Pau Costa y Félix Bergés

**Premio Talento de la Academia de Televisión a Juan Pedro Valentín** en reconocimiento a la excelencia profesional detrás de las cámaras

### Premios Fotogramas de Plata:

'Un monstruo viene a verme' a la Mejor Película Española  
 A Paco León y Ana Katz al Mejor Beso del cine Nacional en 'Kiki, el amor se hace'

**Premio Nipho a la trayectoria profesional otorgado por la Universidad de Nebrija a Ángel Sastre**, corresponsal especializado en conflictos para Cuatro

**Premio del Público en el Festival de Cine Español de Nantes a 'Kiki, el amor se hace'**

**Premio de Periodismo Fundación Grupo Norte Contra la Violencia de Género** en la categoría de Televisión a 'Amores que duelen' en la categoría de Televisión

**Premio CineEurope al Productor Independiente del Año a Telecinco Cinema**, "cuyos logros en las cerca de dos últimas décadas le han convertido en uno de los grandes estudios cinematográficos no solo de España sino también de Europa"

**Premio 100 mejores ideas de Actualidad Económica a 'Con la trata no hay trato'** a la Mejor Idea de RSC

**Premio Diversa Social** por su campaña 'Se buscan valientes' contra el acoso escolar. Este premio reconoce la labor y la gran trascendencia fuera de la cadena que ha tenido esta campaña

**Premio Día de Internet a 'Se Buscan Valientes'** en la categoría de 'Marca Personal en Redes Sociales - Acción Social'

### Premios Naranja y Limón

Premio Naranja: a Carlos Sobera  
 Premio de Comunicación Hugo Ferrer a Ana Rosa Quintana  
 Premio de Cine Jorge Fiestas Jota Bayona por 'Un monstruo viene a verme'  
 Premio a la Excelencia 'Folli Follie' a Aida Domenech 'Dulceida'

**Premio Lifestyle a Bertín Osborne** en la categoría de Comunicación

**Premio Medialover a First Dates** en la categoría de Proyección en Redes Sociales

### Premio Antena de Plata

A Marta Reyero, presentadora de Informativos Fin de Semana, de Cuatro  
 A Joaquín Prat, copresentador de "El programa de Ana Rosa"

**Premio Comunicación 2017 de la Fundación Estudios Rurales a Jesús Calleja** por 'ir más allá del amor a la naturaleza y por lo rural que impregna todo el trabajo y la vida del presentador del Cuatro en su programa 'Volando voy'

**Premio Antena de Oro a Bertín Osborne y Carlos Sobera**

### Premios Aquí TV:

A la Mejor Cadena de la TDT para Divinity  
 Al Mejor Programa de la TDT para 'Luce tu pueblo'  
 Al Mejor Actor de Reparto a Víctor Palmero  
 Al Mejor Informativo a Pedro Piqueras e Informativos Telecinco 21h  
 Al Mejor Reality Show a 'First Dates'  
 Al Mejor Concurso a 'Pasapalabra'

### Premios El Chupete:

Gran premio, categoría cine/tv a Se buscan valientes  
 Otros soportes - música Se buscan valientes  
 Página web [www.sebuscanvalientes.com](http://www.sebuscanvalientes.com)  
 Cine/TV - medios de comunicación Se buscan valientes

### Premios Ondas

A 'Sé quién eres' a la Mejor Serie Nacional  
 A Blanca Suárez a la Mejor Actriz

**Premio Cosmopolitán a Lara Álvarez** en la categoría de TV Star

**Reconocimiento de los Valores Sociales otorgado por la Confederación Española de Centros de Enseñanza (CECE) a la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes'**, un galardón creado para distinguir a aquellas personas o entidades que se han significado por defender la libertad, la igualdad, la justicia y la solidaridad desde el ámbito educativo, cultural, deportivo, científico y humanitario

### Premio Men's Health a

Jesús Vázquez, Premio Trayectoria Profesional  
 Juanma Castaño, Premio a Comunicador Deportivo

**Premio Magisterio 2017 a la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes'**

**'Premios Solidarios del Seguro' a la campaña de 12 Meses 'Se buscan valientes'**

**Premio Gala de las Estrellas de Alcer Navarra a la campaña de 12 meses 'Eres perfecto para otros'**

### Premios MIM Series a:

'Sé quién eres' Premio DAMA a la Mejor Serie Dramática  
 Blanca Portillo Premio MIM a la Mejor Interpretación Femenina de Drama por 'Sé quién eres'  
 Eva Isanta Premio MIM a la Mejor Interpretación Femenina de Comedia por 'La que se avecina'



# EL NEGOCIO PUBLICITARIO

LA COMPAÑÍA HA OFRECIDO A LO LARGO DEL AÑO SIETE DE LOS 10 SPOTS MÁS VISTOS, SEIS DE ELLOS EN TELECINCO, EL CANAL LÍDER EN EFICACIA Y PERMANENCIA, QUE ADEMÁS HA ACOGIDO EL ÚNICO ANUNCIO EN UNA EMISIÓN NO DEPORTIVA DENTRO DEL TOP 10.

## Mediaset España, soporte de mayor cobertura y notoriedad publicitaria con un mix complementario de medios lineales y digitales

La oferta de soportes de Mediaset España en televisión e internet se ha situado un año más como la de mayor cobertura al servicio de los anunciantes. Su mix de medios lineales y digitales y su elevada segmentación por perfiles y tipologías de usuarios y espectadores ha permitido a los canales de Mediaset España refrendar su posición como soporte de las campañas publicitarias más eficaces en términos de recuerdo y notoriedad.

La compañía ha ofrecido a lo largo del año siete de los 10 spots más vistos, seis de ellos en Telecinco, el canal líder en eficacia y permanencia, que además ha acogido el único anuncio en una emisión no deportiva dentro del Top 10.

La cadena se ha situado un ejercicio más como líder del rating publicitario en prime time, confirmando el éxito de su estrategia de bloques cortos en el horario estelar emprendida hace más de siete años, cuyo potencial permite garantizar a los anunciantes unos índices de notoriedad hasta un 33% más que el segundo canal comercial.

Al margen de la publicidad convencional en sus soportes lineales, Mediaset España ha ampliado su oferta de productos cualitativos con formatos exclusivos y con un posicionamiento premium como el 'SuperSpot' y sus variantes 'Pole Position', que en una planificación estratégica son capaces de triplicar el nivel de recuerdo de un anuncio ubicado en una posición intermedia. Con el fin de mejorar aún más la notoriedad de las campañas y aprovechando el nivel de prescripción

de su plantel de presentadores, la compañía ha desarrollado además, dentro de las iniciativas especiales, nuevas posibilidades de patrocinio como el Superpatrocinio y el Affinity Brand Day/Week, extensibles a sus soportes digitales para alcanzar una cobertura sin parangón en ningún otro conglomerado de medios a nivel nacional.

En este sentido, Mediaset España ha desarrollado una estrategia de impulso a su publicidad digital, con el lanzamiento de una política comercial en torno a la oferta de contenidos online de la compañía, proporcionado en 2017 a sus clientes una oferta publicitaria completa y de calidad con acceso a un gran abanico de opciones y formatos. Todo ello con la garantía de máxima visibilidad para los anunciantes, mayor que la de ningún otro operador de contenidos.

A través de su filial comercial Publiespaña, Mediaset ofrece a su cartera de clientes soportes on y off line en un entorno de calidad del contenido y de seguridad para las marcas. Y lo hace además con la garantía absoluta de que el espacio publicitario de video contratado cumple con su objetivo de ser visionado por los usuarios, gracias a que los sistemas adblocker resultan incompatibles con la navegación por cualquiera de los sites de Mediaset España, una medida pionera adaptada por la compañía en aras de garantizar el contenido gratuito de calidad profesional, la rentabilidad de la inversión de los anunciantes y el despegue definitivo de un modelo digital sostenible.

Precisamente, para seguir avanzando en la creación e implantación en el mercado de este modelo, Mediaset España ha emprendido en 2017 el desarrollo de ambiciosos proyectos en el entorno de la analítica avanzada y big data, con la incorporación a su equipo humano de nuevos perfiles profesionales de ingeniería informática, matemáticos y estadísticos en puestos de data managers y data scientists, así como desarrollos de marketing, administración y publicidad en el entorno digital para reforzar las sinergias entre televisión, internet, cine y publicidad, adaptándose a las oportunidades de un negocio en constante evolución al servicio de la información y el entretenimiento audiovisual en el que esta compañía goza de una privilegiada posición de liderazgo.

## Mediaset España, único grupo que emite el 100% de sus spots en prime time en bloques cortos, logra un índice de notoriedad un 33% mayor que el de su principal competidor

Mediaset España se ha mantenido un año más fiel a su estrategia de emitir el 100% de sus spots en prime time en bloques de menos de seis minutos de duración, frente al 42% de Atresmedia, lo que se ha traducido en unos índices de notoriedad un 33% mayores que los de su principal competidor, según los datos de la última oleada del Estudio sobre Eficacia Publicitaria en Prime Time elaborado por el instituto de consultoría estratégica de investigación de mercados CIMEC (enero-diciembre 2017).

Según este estudio, que constata que la longitud del bloque es la variable de gestión publicitaria que más influye en la notoriedad por encima de otras como el posicionamiento, la duración del spot o la tipología, los bloques de menos de seis minutos se recuerdan un 57% más que los bloques que sobrepasan este tiempo.

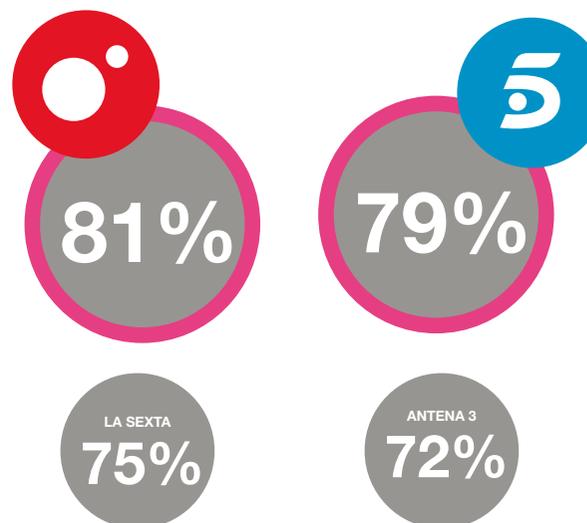
En este sentido, Telecinco, con una duración media de los bloques de cortinilla a cortinilla un 37% menor que la de Antena 3, ha vuelto a erigirse un año más como la televisión líder del rating publicitario en el horario de máxima audiencia con un 3,7% de rating publicitario en Adultos, un 12% más que el dato de Antena 3 (3,3%).

### Rating publicitario en Prime Time. Año 2017



Telecinco y Cuatro, que también ha ofrecido sus bloques en prime time con una duración sustancialmente menor a los de La Sexta, han logrado los mayores porcentajes de retención y permanencia en el bloque, logrando un 10% más que sus respectivos competidores:

### Permanencia en bloque publicitario vs. rating franja. Año 2017



# +33%

NOTORIEDAD PT VS.  
PPAL. COMPETIDOR

# 100%

EN PRIME TIME EN  
BLOQUES <6 MINUTOS

## La más amplia oferta de productos HQ del mercado con el 'SuperSpot' como el producto de mayor éxito del año

Mediaset España ha reforzado su oferta de productos cualitativos, la más amplia del mercado, con la incorporación de nuevos formatos que se suman al 'SuperSpot', bloque integrado por un único anuncio emitido en prime time y de forma simultánea en todos los canales de la compañía (excepto Boing). En su segundo año, ha vuelto a confirmar su excelente rendimiento, otorgando unos índices de recuerdo un 81% superiores a los de los productos HQ de Atresmedia y logrando una media del 12,4% de rating publicitario y más de 4 millones de espectadores en los 10 spots más vistos del año bajo este formato.

Además de su exclusividad, elevada cobertura y destacado posicionamiento en un corte de mínima duración, el 'SuperSpot' ha presentado, según CIMEC, unos niveles medios de recuerdo 6,14 veces mayor que los del spot convencional. A raíz del éxito de este formato, Mediaset España ha ampliado posteriormente los niveles de seguimiento y cobertura de las campañas de sus clientes con el lanzamiento de 'SuperSpot Total TV + Online', con la emisión del spot en televisión y su inclusión simultánea en la señal en directo de los sites de los canales de Mediaset España y en Mitele.es, tanto en su versión web como en la app.

En línea con este tipo de formatos, Publiespaña ha reforzado su apuesta por los productos HQ con el lanzamiento en el último trimestre del año de 'Pole Position', un paquete de nueve spots diarios con un posicionamiento premium y una planificación estratégica capaz de triplicar el nivel de recuerdo respecto a una posición intermedia del anuncio.

## El 70% de los spots más vistos del año, en Mediaset España

Mediaset España ha emitido siete de los 10 spots más vistos de 2017, seis de ellos en Telecinco, que ha acogido el anuncio con mayor rating publicitario en una emisión no deportiva durante el estreno en abierto en 'Cine 5 Estrellas' de la película 'Cincuenta sombras de Grey'. Además del clásico contenedor de cine de Telecinco, grandes formatos como 'La Voz' y 'Supervivientes', con una importante conversión al target comercial, han ofrecido algunos de los spots con mayor rating del año.

En lo que respecta a las cadenas temáticas, FDF, con sus emisiones cinematográficas y de la serie 'La que se avecina', y GOL, cadena comercializada por Publiespaña desde el pasado mes de septiembre que ha ofrecido partidos de Copa del Rey, han acaparado el 88% de los 100 spots más vistos del año.



SE RECUERDAN UN 72% MÁS EN LOS CANALES DE MEDIASET ESPAÑA QUE EN LOS DE ATRESMEDIA GRACIAS, ESPECIALMENTE, A LA INIGUALABLE CAPACIDAD DE PRESCRIPCIÓN DE SUS PRESENTADORES

## Refuerzo de las iniciativas especiales con dos nuevos formatos de patrocinio

Consciente del potencial de recuerdo que poseen las iniciativas especiales -se recuerdan un 72% más en los canales de Mediaset España que en los de Atresmedia gracias, especialmente, a la inigualable capacidad de prescripción de sus presentadores-, la compañía ha reforzado en 2017 uno de los formatos estrella, el patrocinio, cuyo índice de recuerdo es un 51% superior al de un spot convencional. Para ello, ha lanzado al mercado dos nuevos productos, el SúperPatrocinio, que aúna el patrocinio en televisión de un programa y un paquete online vinculado a este espacio, y Affinity Brand Day/Week, un paquete de patrocinios diarios o semanales en el que el cliente selecciona una lista de espacios afines a su target.

Entre otras acciones destacadas, Publiespaña desarrolló con motivo del día de San Valentín una iniciativa especial con una reconocida empresa de reparto de comida a domicilio, en torno al dating show de Cuatro 'First Dates', según la cual, tanto los seguidores del programa como los clientes de la empresa residentes en Madrid, Barcelona y Valencia pudieron disfrutar de un menú especial del amor. Para ello, el espacio conducido por Carlos Sobera acogió una serie de telepromociones y acciones de product placement para dar a conocer esta iniciativa.

Coincidiendo con el Día Internacional de la Mujer el 8 de marzo, Publiespaña y el Área de Producciones Especiales de Mediaset España desarrollaron con una firma dedicada al cuidado de la piel una acción participada por seis rostros femeninos de Telecinco -Emma García, Carlota Corredera, Rosalía Fernández, Bibiana Fernández, Gema López y Fabiola Martínez- que se convirtieron en prescriptoras de la iniciativa en torno a su nuevo tratamiento anti-edad. Esta iniciativa fue posible en Telecinco gracias especialmente al elevado porcentaje -por encima del 95%- de producción propia de la cadena, un caso único en el sector en nuestro país.

Por último, Mediaset España y el circuito exterior de pantallas Iwall in Shop generaron una campaña especial interactiva en torno al lanzamiento de la nueva versión de Ben 10, serie de animación de Boing. A través de este soporte publicitario, comercializado en exclusiva por Publiespaña desde hace casi una década y que ofrece experiencias sensoriales capaces de conectar marca y clientes en el punto de venta, fue posible acercar a los niños a los principales protagonistas de esta popular ficción.



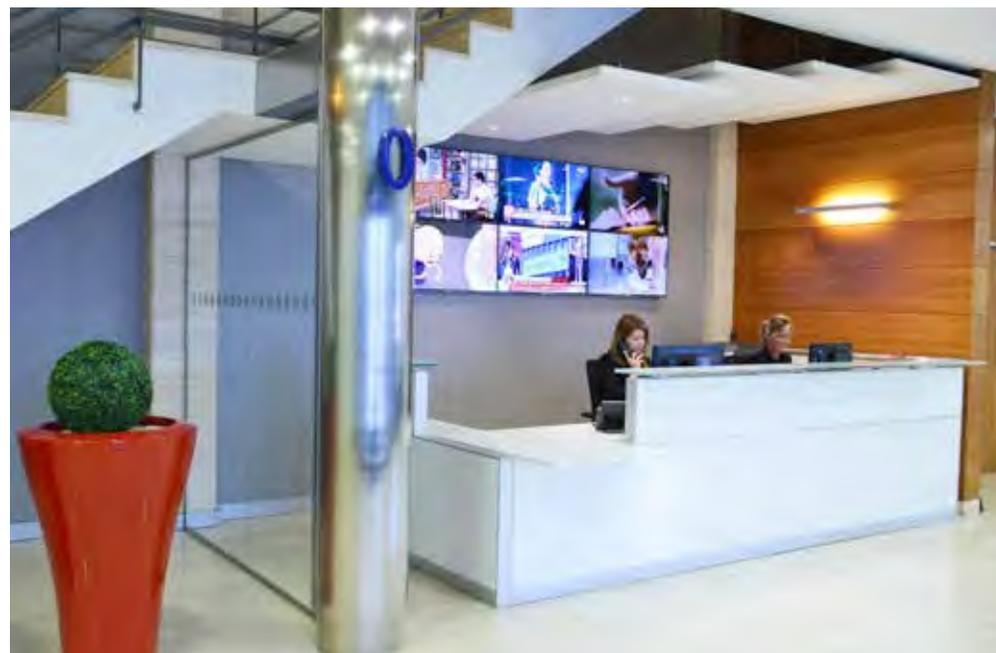
MEDIASET ESPAÑA HA MANTENIDO SU COMPROMISO CON LA DIFUSIÓN DE VALORES ASOCIADOS A DETERMINADOS PROYECTOS O INSTITUCIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO CON LAS QUE COLABORA.

## Publiespaña incorpora GOL a su cartera externa de clientes

Mediaset España, a través de su filial Publiespaña, inició en septiembre la comercialización de GOL, canal temático en abierto que se pasó a formar parte de la cartera externa de clientes del sector audiovisual. La cadena, la de mejor afinidad comercial en el target masculino y mayor de 16 años, cuenta con una oferta de programación integrada, principalmente, por la emisión de partidos de fútbol de LaLiga Santander, de la Copa del Rey y de LaLiga 123, así como los resúmenes y análisis de estas y otras competiciones.

Año a año, Mediaset España ha mantenido su compromiso con la difusión de valores asociados a determinados proyectos o instituciones sin ánimo de lucro con las que colabora, no sólo a través de la programación que emite, como se detalla en el apartado “Entretenimiento, información y compromiso social” de este documento, sino también mediante la cesión de espacio publicitario.

En 2017, el Grupo ha colaborado con los siguientes proyectos o instituciones sin ánimo de lucro, cediendo sus espacios publicitarios de forma gratuita:



Organización/Canal								Total general
12 meses #Se buscan valientes	2.149.608	647.868	1.134.395			865.478		4.797.348
12 meses #Queremos que te cuides	583.625		711.725			121.450		1.416.800
12 meses #Los comprometidos	135.778		59.440			20.908		216.125
ABRAZADAS	25.600		22.400			7.100		55.100
Fundación de Ayuda Contra la Drogadicción- Verde Constanca	429.350		346.700			169.600		945.650
Fundación Ayuda Contra la Drogadicción	710.850		449.500			253.650		1.414.000
Fundación Reina Sofía	951.525		551.000			202.400		1.704.925
Fundación Querer	554.750	234.500	425.075			169.225		1.383.550
Fundación Juegaterapia	92.700		54.600			37.350		184.650
Tarjeta de donante de órganos	606.438	121.688	380.500			114.000		1.222.625
<b>Total general</b>	<b>5.240.223€</b>	<b>1.004.055€</b>	<b>4.135.335€</b>			<b>1.931.160€</b>		<b>13.340.773€</b>

## EQUIPO HUMANO

LA COMPAÑÍA HA FOCALIZADO GRAN PARTE DE SUS ESFUERZOS EN LA MEJORA DE SU POLÍTICA DE EMPLOYER BRANDING CON EL DOBLE OBJETIVO DE FACILITAR LA ATRACCIÓN DE TALENTO EXTERNO Y FIDELIZAR EL INTERNO.

La creciente digitalización de la actividad de negocio del Grupo Mediaset España ha continuado siendo uno de los retos fundamentales para la gestión de recursos humanos en 2017. Captar y gestionar el mejor talento disponible resulta clave para mantener el liderazgo en un sector dinámico y altamente competitivo como el audiovisual.

En este sentido, la compañía ha focalizado gran parte de sus esfuerzos en la mejora de su política de Employer Branding, con el doble objetivo de facilitar la atracción de talento externo y fidelizar el interno. Así, por ejemplo, cabe destacar que en 2017 Mediaset España ha estado presente con un stand propio en la Feria de Empleo Digital (FEED) celebrada durante el mes de noviembre, o que ha mejorado la página de empleo dentro de la web corporativa.

Además, mediante iniciativas como el respaldo al Master Universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, y a través de los acuerdos de colaboración con universidades y escuelas de negocio, el Grupo desarrolla una política de búsqueda activa de nuevos talentos.

Por otra parte, y con objeto de continuar reforzando las vías de comunicación con sus empleados, en octubre se ha lanzado la app: Mediaset España HR, como nuevo canal de comunicación interna del Grupo y herramienta de apoyo en la gestión de recursos humanos.

Por último, el año ha estado marcado también por el inicio de la negociación para la renovación del Convenio Colectivo de aplicación en Mediaset España, cuyo vencimiento se ha producido el 31 de diciembre.



PLANTILLA MEDIA (Nº PERSONAS) (1)

**1.280**

2016: 1.275

2015: 1.266

PROPORCIÓN DE EMPLEO FEMENINO (%)

**50,23**

2016: 50,04

2015: 49,45

PLANTILLA AL FINAL DEL PERIODO  
(Nº DE PERSONAS)(2)

**1.273**

2016: 1.274

2015: 1.274

PROPORCIÓN DE TRABAJADORES CON  
CONTRATO INDEFINIDO (%) (6)

**97,81**

2016: 97,96

2015: 98,70

BECARIOS (Nº DE PERSONAS) (3)

**132**

2016: 137

2015: 236

INCORPORACIONES (7)

**31**

2016: 72

2015: 60

ALUMNOS EN PRÁCTICAS (Nº DE PERSONAS) (4)

**78**

2016: 54

2015: 47

ÍNDICE DE ROTACIÓN (8)

**1,48**

2016: 2,43

2015: 0,79

PROMEDIO DE EDAD DE LA PLANTILLA(AÑOS) (5)

**45,43**

2016: 45,67

2015: 45,04

ANTIGÜEDAD MEDIA DE LA PLANTILLA (AÑOS)

**16,24**

2016: 16,99

2015: 16,47

Alcance: Los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y filiales de Netsonic.

(1) Incluye el personal de estructura y coyuntural medio anual 2017. No incluye a trabajadores contratados por ETT, becarios y alumnos en prácticas. 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.

El contrato en prácticas difiere del concepto de alumnos en prácticas y hace referencia a profesionales que cuentan con un contrato laboral.

(2) Corresponde a la suma del personal de estructura y coyuntural, a 31/12/2017.

(3) Dato total anual.

(4) Dato total anual. Los alumnos en prácticas son exclusivos de la empresa en Mediaset España.

(5) Calculada a 31 de diciembre de cada ejercicio.

(6) Corresponde al personal de estructura con contrato indefinido. Datos calculados sobre plantilla media anual.

(7) Corresponde a las incorporaciones a personal de estructura con contratos indefinidos y de prácticas.

(8) Bajas no deseadas (bajas voluntarias + excedencias voluntarias) / Plantilla media \* 100.

## Distribución geográfica

TOTAL ESPAÑA

# 1.253

98,43%

MADRID BARCELONA BILBAO

# 1.225 24 4

96,23% 1,89% 0,31%

FUERA DE ESPAÑA<sup>(1)</sup>

# 20

1,57%

COLOMBIA MÉXICO EE.UU. PERÚ

# 8 9 2 1

6 2 6 3 2 0 0 1

Datos a 31 de diciembre de 2017.

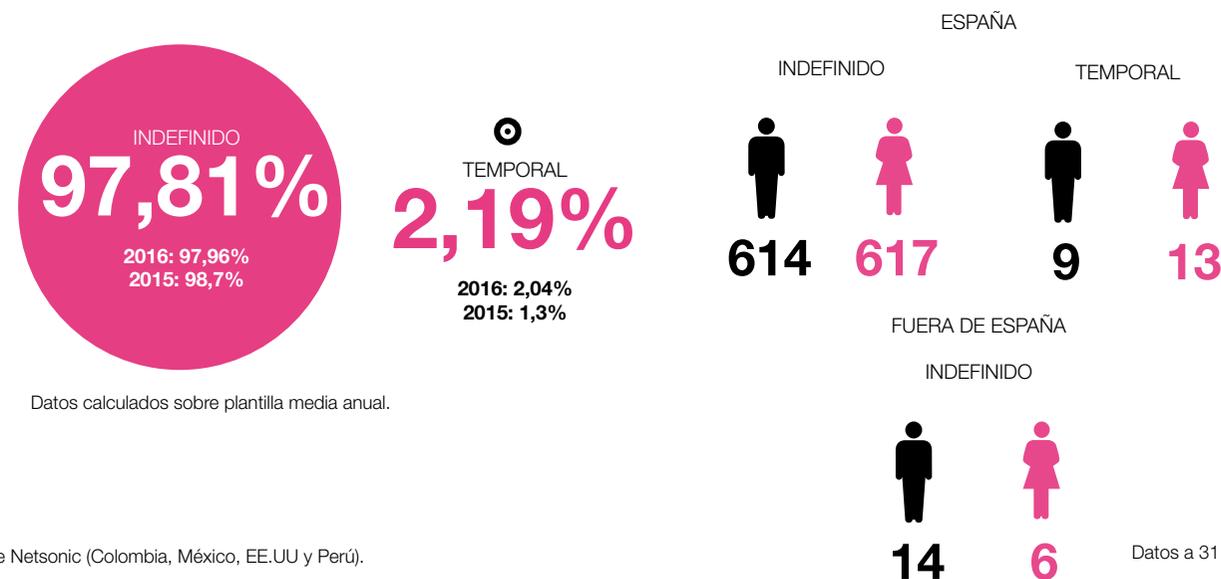
(1) La plantilla que se encuentra fuera de España es contratada por las filiales de Netsonic en cada país, desempeña actividades de comercialización de publicidad en internet y es todo personal local, salvo una persona en EE.UU que se ha trasladado allí desde España.

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

Personal de estructura	DIRECTIVOS		JEFE DPTO.		PERIODISTAS		EMPLEADOS		OPERARIOS		Totales	
Mediaset España	53	24	31	33	55	86	387	355	18		544	498
Publiespaña	15	12	10	8			38	95	2	2	65	117
Telecinco Cinema	3	1		1				3			3	5
Conecta 5	1	1		1		1	1	3			2	6
Netsonic (España)							1				1	
Netsonic (filiales)	4						10	6	1		15	6
Personal coyuntural	DIRECTIVOS		JEFE DPTO.		PERIODISTAS		EMPLEADOS		OPERARIOS		Totales	
Mediaset España					1	1	6	3			7	4
<b>Totales</b>	<b>76</b>	<b>38</b>	<b>41</b>	<b>43</b>	<b>56</b>	<b>88</b>	<b>443</b>	<b>465</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>637</b>	<b>636</b>

Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Distribución de la plantilla por tipo de contrato

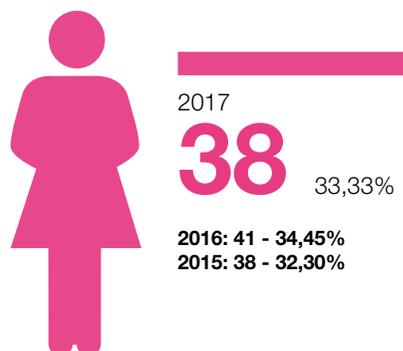


## Distribución de la plantilla por tipo de contrato y categoría profesional

	Nº PERSONAS EN ESPAÑA		Nº PERSONAS FUERA DE ESPAÑA			
	Fijos		Temporales		Fijos	
Directivos	73	38	0	0	3	0
Jefes Dpto.	41	43	0	0	0	0
Periodistas	55	87	1	1	0	0
Empleados y operarios	445	449	8	12	11	6
Totales	<b>614</b>	<b>617</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>6</b>
	<b>1.231</b>		<b>22</b>		<b>20</b>	
			<b>1.273</b>			

Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Directivas



Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Distribución de la plantilla por edades

más de 50	213	136
30-50	413	481
menos de 30	11	19
<b>Total</b>	<b>637</b>	<b>636</b>

## Rotación por grupo de edad y género

Tramos de edad	Índice de rotación 2017		Índice de rotación 2016		Índice de rotación 2015	
<30	18,18	5,26	40	11,54	-	6,67
30-50	1,69	1,87	3,73	0,99	0,86	0,94
>50	-	-	1,54	-	-	-
<b>Total</b>	<b>1,41</b>	<b>1,57</b>	<b>3,63</b>	<b>1,25</b>	<b>0,62</b>	<b>0,95</b>

Datos a 31 de diciembre de 2017.

Nota: A partir de 2017, se ha utilizado la siguiente fórmula para el cálculo del índice de rotación (IR), habiéndose aplicado también a los datos comparativos de los 2 años anteriores: bajas no deseadas / plantilla a 31 dic. correspondiente a cada tramo de edad \*100. Se consideran bajas no deseadas las bajas voluntarias y las excedencias voluntarias, no teniendo en cuenta los fallecimientos, la invalidez y jubilación.

## Distribución de las incorporaciones por edad y género

más de 50	2	1
30-50	10	8
menos de 30	5	5
<b>Totales</b>	<b>17</b>	<b>14</b>

## Distribución de los despidos por edad y género

menos de 30	1	0
30-50	4	4
más de 50	3	3
<b>Totales</b>	<b>8</b>	<b>7</b>

## Distribución de la plantilla a tiempo parcial

COMPOSICIÓN POR CATEGORÍAS	PERSONAL EN TIEMPO PARCIAL			
	2017		2016	
				
Directivo		3		2
Jefe Dpto.	1	5	1	5
Periodistas	2	27	2	27
Empleados	13	110	11	112
Operarios				
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>145</b>	<b>14</b>	<b>146</b>

Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Plantilla con reducción de jornada



Datos a 31 de diciembre de 2017.

## Permisos parentales

	2017		2016	
				
Nº de empleados que hicieron uso del derecho al permiso parental	14	21	25	23
Nº de empleados que retornaron al trabajo después de hacer uso de un permiso parental	14	21	25	23
Nº de empleados que retornaron al trabajo después de un permiso parental y que mantuvieron su empleo en los 12 meses posteriores a su reincorporación	14	21	25	23

Datos a 31 de diciembre de cada ejercicio.

Nota. el 100% de la plantilla tiene derecho a solicitar un permiso de maternidad/paternidad. Por otra parte, en todos los casos en los que se ha disfrutado de un permiso parental se ha producido la reincorporación y retención del puesto de trabajo, siendo la tasa de retorno al trabajo tras un permiso de estas características, del 100%.

LOS CONVENIOS  
COLECTIVOS  
GARANTIZAN UNAS  
CONDICIONES  
DE TRABAJO  
APROPIADAS Y  
ACEPTADAS POR  
AMBAS PARTES,  
UN CLIMA SOCIAL  
ADECUADO Y LA  
COMPETITIVIDAD  
DE LA COMPAÑÍA  
EN EL MERCADO  
AUDIOVISUAL

## Relación con los empleados

Las relaciones laborales entre la compañía y sus empleados se enmarcan en los convenios colectivos de aplicación en las distintas sociedades del Grupo. Cada convenio define su propio ámbito de aplicación, previendo la exclusión de determinados colectivos que por su singularidad tienen su propia regulación.

Estos convenios garantizan unas condiciones de trabajo apropiadas y aceptadas por ambas partes, un clima social adecuado y la competitividad de la compañía en el mercado audiovisual.

**Mediaset España** XI Convenio Colectivo de Mediaset España. Vigencia 2014-2017.

Denunciado por la parte social el 5/10/2017 y constituida la Mesa Negociadora el 24/10/2017.

**Publiespaña** Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016.

Actualmente denunciado, pero mantiene su aplicación.

**Telecinco Cinema** Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid (vigencia 2013-2017), si bien los trabajadores tienen reconocidas mejoras establecidas por el Convenio Colectivo de Mediaset España vigente en cada momento.

**Conecta 5** Convenio Colectivo del Sector de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid. Vigencia 2013-2017.

**Netsonic <sup>(2)</sup>** Convenio Colectivo del Sector Publicidad. Vigencia 2015-2016.

Actualmente denunciado, pero mantiene su aplicación.

La libertad de asociación y la libertad sindical, como derechos fundamentales, son reconocidos y respetados en cada país donde el Grupo tiene plantilla, mediante la aplicación de las disposiciones legales establecidas en cada lugar. Durante 2017 no se ha producido ninguna situación de riesgo en relación al ejercicio de la libertad de asociación y la libertad sindical.

## Porcentaje de empleados cubiertos por un Convenio Colectivo para cada empresa (1)



(1) Datos a 31 de diciembre de 2017.

(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 (20 trabajadores que desempeñan su trabajo en Colombia, México, Estados Unidos y Perú), se encuentran reguladas por la legislación propia de cada país, cumplida de manera estricta por el Grupo Netsonic.

## LOS PLANES DE IGUALDAD CONSOLIDADOS A LO LARGO DE LOS AÑOS EN EL GRUPO HAN FOMENTADO UNA CULTURA DE IGUALDAD Y CONCILIACIÓN EN TODOS LOS NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN

### Igualdad de oportunidades

La igualdad de oportunidades es un principio recogido en el Código Ético de Mediaset España y cuya 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 los procedimientos de gestión del riesgo psicosocial y acoso vigentes.

Los **convenios colectivos** de aplicación garantizan que aspectos como la contratación, asignación de puestos de trabajo, remuneración, régimen disciplinario o finalización de la relación contractual se basan en factores objetivos y, en ningún caso, se vinculan a condiciones personales de los trabajadores, tales como el género, la raza o la religión, entre otros.

Por su parte, los **planes de igualdad** consolidados a lo largo de los años en el Grupo han fomentado una cultura de igualdad y conciliación en todos los niveles de la organización, recogiendo medidas de conciliación e igualdad de oportunidades y garantizando su difusión a través de los canales de comunicación interna. En 2017 cabe destacar que se ha firmado la prórroga del Plan de Igualdad de Mediaset España, que estará vigente desde comienzos de 2018 y hasta la firma del nuevo Convenio Colectivo.

Durante el año no se han reportado casos de discriminación. Asimismo, los diagnósticos desarrollados de manera previa a la fijación de objetivos en los planes de igualdad no han detectado situaciones discriminatorias

o constitutivas de una desigualdad en el ámbito laboral por razón de sexo. Tampoco se ha producido en 2017 ninguna denuncia por razón de acoso que haya hecho necesario activar el procedimiento para la gestión del riesgo psicosocial y el acoso en el entorno laboral.

El **Agente de Igualdad** ha continuado asesorando a los empleados y tramitando la aplicación de las medidas contenidas en el Plan de Igualdad y el Convenio Colectivo durante el año. También ha elaborado el Informe Anual sobre Igualdad en la Empresa, entregándolo posteriormente a los representantes de los trabajadores. Este documento contiene información relevante sobre la representación de las mujeres en la organización, incluido el nivel directivo y cargos de responsabilidad, sobre la distribución de la plantilla por niveles y especialidades, así como sobre las medidas adoptadas para fomentar la igualdad y la conciliación.

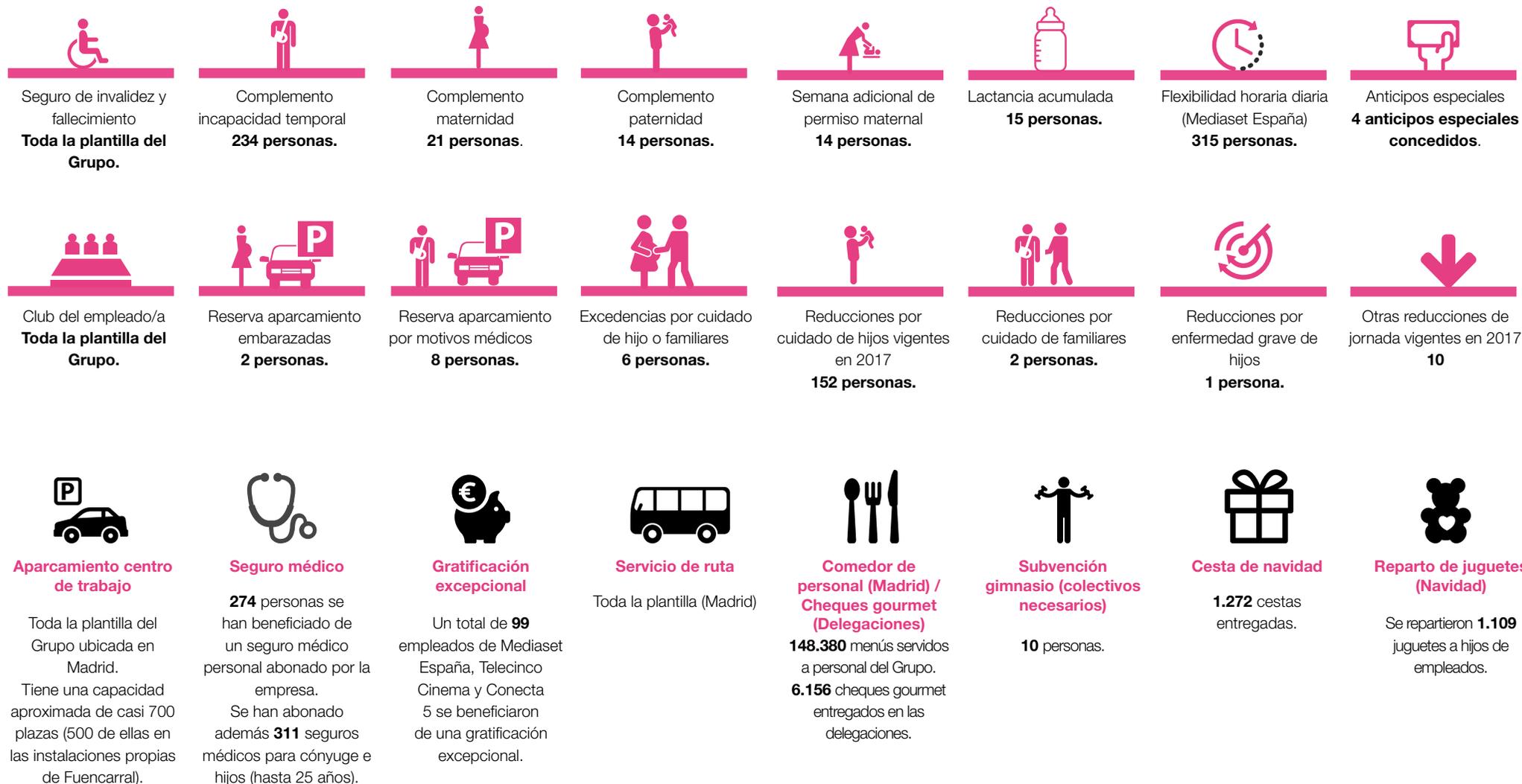
Por otra parte, y con el fin de difundir el compromiso de Mediaset España con la igualdad de oportunidades y la conciliación de la vida personal y profesional, cabe destacar que durante 2017 se ha actualizado la Guía de Medidas de Conciliación, cuyo contenido se ha publicado en el Portal del Empleado. En esta línea, también se ha desarrollado una formación actualizada en materia de igualdad en la empresa, impartida por la Cámara de Comercio de Madrid.

## DURANTE 2017 NO SE HAN REPORTADO CASOS DE DISCRIMINACIÓN NI SE HA PRODUCIDO NINGUNA DENUNCIA POR RAZÓN DE ACOSO

Empresa	Política	Vigencia								
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Mediaset España	V Plan de Igualdad									
	Anexo Plan de Igualdad									
	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso									
Publiespaña	VI Plan de Igualdad									
	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso									
Telecinco Cinema	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso									
Conecta 5	VI Plan de Igualdad									
	Procedimiento de Gestión del Riesgo Psicosocial y Acoso									

## Beneficios sociales y medidas de conciliación

Durante 2017 los empleados de Mediaset España han disfrutado de los siguientes beneficios sociales y medidas de conciliación:



LA INVERSIÓN EN FORMACIÓN HA ASCENDIDO A MÁS DE 148.000 EUROS Y MÁS DE 48.000 EUROS EN BECAS DE ESTUDIO.

## Formación y captación de nuevo talento

La gestión del talento es un aspecto crítico en la estrategia empresarial de Mediaset España y, por tanto, un asunto central de la gestión de recursos humanos. En este ámbito, la capacitación y el refuerzo de las habilidades de los empleados resultan clave, y cobran aún más relevancia en un sector donde la capacidad de innovación está directamente relacionada con el liderazgo.

A esta tarea se dedican buena parte de los esfuerzos y la inversión del Grupo relacionada con la gestión de recursos humanos. Concretamente, durante el pasado año la inversión en formación ha ascendido a más de 148.000 euros, a la que se añaden más de 48.000 euros abonados en concepto de becas de estudio.

En 2017 el Plan de Formación se ha focalizado especialmente en el desarrollo de habilidades de la plantilla, que ha representado el 30% del total de formación, más de 3.000 horas. Entre las temáticas más destacadas se sitúan los Programas de desarrollo directivo, el Coaching Ejecutivo y el Master en Creación y Gestión de contenidos audiovisuales.

Por otra parte, se han desarrollado numerosas acciones dirigidas a la capacitación en software/ informática, lo cual ha supuesto el 21% del total de la formación. Además, se ha mantenido una política continuista en los programas de desarrollo, en la formación en idiomas y en la formación en Prevención de Riesgos laborales. También cabe destacar que durante el pasado año ha tenido lugar la 5ª edición de la formación en prevención del blanqueo de capitales y que se ha participado nuevamente en la edición del Programa de Desarrollo directivo para mujeres.

En Publiespaña se ha formado a las nuevas incorporaciones en el Sistema de Evaluación del Desempeño. Además se ha retomado la formación en habilidades comunicativas, así como en otras habilidades técnicas y de negocio. En el marco de la transformación digital del Grupo, se han llevado a cabo iniciativas orientadas al desarrollo del negocio digital y la publicidad programática. A su vez, la compañía ha puesto en marcha el plan de concienciación y formación en materia de Ciberseguridad, llevando a cabo esta formación a toda la dirección de la compañía, estando previsto ampliarla al resto de la plantilla, en 2018.

ADAPTACION AL PUESTO  
(PLAN INDUCCIÓN)

**179 h.**

2%  
sobre total

TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL

**743 h.**

7%  
sobre total

CAPACITACION EN  
SOFTWARE/ INFORMATICA

**2.276 h.**

21%  
sobre total

DESARROLLO DE  
HABILIDADES DE GESTIÓN

**3.070 h.**

28%  
sobre total



Formación  
impartida  
2017

FORMACION ESPECIFICA  
DEL PUESTO

**1.414 h.**

13%  
sobre total

FORMACION IDIOMATICA

**1.571 h.**

14%  
sobre total

## Participantes por tipos de formación

	2015			2016			2017		
	Asistencias	Participantes	Nº horas	Asistencias	Participantes	Nº horas	Asistencias	Participantes	Nº horas
Idiomas (presencial)	78	26	1.419	27	20	223	19	11	227
Formación en grupos	1.773	780	14.858	624	412	4.971	717	416	5.492
Seminarios y congresos	31	31	269	28	24	335	35	28	208
Programas máster	3	3	1500	4	4	2.000	7	7	2.600
Formación on line	101	101	1.794	468	428	5.696	743	691	2.356
Becas de estudio concedidas		97			90			103	

Alcance: los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y al personal contratado por ETT.

Nota 1: en la columna "Asistencias" se detallan todas las personas que han acudido a la formación, sin diferenciar si están o no repetidas.

Nota 2: en la columna "Participantes" se detallan los asistentes no repetidos en la misma categoría formativa (por ejemplo, Idiomas), si bien pueden repetirse los asistentes entre las diferentes categorías formativas.

EL 30% DE LA FORMACIÓN IMPARTIDA SE HA DESTINADO AL REFUERZO DE LAS HABILIDADES DE LA PLANTILLA.

## Horas de formación, desglosado por categoría laboral y por género

	2015		2016		2017		Ratio de horas de formación	
	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.	Hom.	Muj.
Directivo	595	970	483	746	328	655	4,32	15,98
Jefe Dpto.	216	880	282	822	344	813	8,82	18,91
Periodista	48	188	160	130	-	12	-	0,14
Empleados y operarios	9.674	6.046	4.893	5.425	3.974	3.972	8,49	8,42
ETT	719	504	220	64	697	88	-	-
<b>Total</b>	<b>11.252</b>	<b>8.588</b>	<b>6.038</b>	<b>7.187</b>	<b>5.343</b>	<b>5.540</b>	<b>8,39</b>	<b>8,63</b>
	<b>19.840</b>	<b>13.225</b>	<b>10.883</b>					

\*En lo que respecta a la formación brindada al personal contratado a través de ETT, no se efectúa el ratio de horas por persona dado que el sistema de registro contabiliza el número de contratos firmados y no el número de personas contratadas a través de ETT. Por ello, dicho ratio no reflejaría la información real, ya que indicaría horas por contrato y no por persona, pudiendo una persona haber tenido más de un contrato.

## Programas de formación en habilidades

	2015			2016			2017		
	Nº acciones	Horas	Asisten- cia	Nº acciones	Horas	Asisten- cia	Nº acciones	Horas	Asisten- cia
	8	2.694	65	18	7.052	139	8	3.302	65

Nota: los totales de acciones formativas se refieren a acciones formativas distintas, no se consideran acciones formativas que se repitan en las distintas empresas del Grupo.

## Programas de formación en competencias transversales

	2015			2016			2017		
	Nº acciones	Horas	Asisten- cia	Nº acciones	Horas	Asisten- cia	Nº acciones	Horas	Asisten- cia
	19	4.233	203	18	4.176	149	10	2.036	108

Nota: los totales de acciones formativas se refieren a acciones formativas distintas, no se consideran acciones formativas que se repitan en las distintas empresas del Grupo.

MEDIASET ESPAÑA HA CONTINUADO DESARROLLANDO SU COMPROMISO CON LA GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO DE VALOR AÑADIDO PARA EL SECTOR AUDIOVISUAL A TRAVÉS DEL MASTER UNIVERSITARIO DE CREACIÓN Y GESTIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES, EL PROGRAMA EXPERTO-EXPERTISE Y EL PROYECTO JUMPING TALENT.

Más allá del Plan de Formación interno, durante 2017 Mediaset España ha continuado desarrollando su compromiso con la generación de conocimiento de valor añadido para el sector audiovisual a través del **Master universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales**, un título de postgrado que Mediaset España impulsa de manera conjunta con la Universidad Europea de Madrid.

En la VIII edición, clausurada en el mes de junio, han participado un total de 20 estudiantes, de los que 4 pertenecían al Grupo Mediaset España. A lo largo del desarrollo del Master, los alumnos han contado con la participación de ponentes de reconocido prestigio integrantes de la compañía, además de haber podido visitar las instalaciones de Mediaset España.

A su vez, a lo largo del año el Grupo ha seguido consolidando su política de colaboración con universidades, escuelas de negocio y centros de formación profesional, una vía más para captar el mejor talento, al tiempo que se facilita a los jóvenes participantes la adquisición de competencias técnicas y humanas que les capacitan para abrirse camino en el mercado laboral.

En este sentido, la presencia de estudiantes de formación profesional ha aumentado en un 33% respecto a 2016 y en un 37,9% la de estudiantes de formación superior. En total, 261 alumnos pasaron por Mediaset España, siendo contratados finalmente 63 de ellos para trabajar en las distintas empresas del Grupo.

Por otra parte, en 2017 ha seguido vigente el acuerdo con la Universidad Politécnica de Madrid para incorporar alumnos que han finalizado sus estudios, el denominado Programa Experto-Expertise, y la compañía ha vuelto a participar en el Proyecto Jumping Talent, liderado por Universia.

Gracias al Programa Experto-Expertise, durante el pasado año un total de 3 licenciados universitarios han podido complementar su formación académica con una formación on line con validez internacional en business, así como con una formación práctica en empresas del Grupo en los ámbitos técnicos, de contenidos y transversal.

Por su parte, Jumping Talent permite a las compañías participantes acceder a la selección de los mejores 100 universitarios del país para su incorporación en programas de formación en la empresa o de primer empleo, por un período de 3 a 9 meses. En 2017 han participado un total de 99 candidatos, si bien no se ha producido ninguna contratación posterior.



EL 24% DE LA PLANTILLA DEL GRUPO HA ESTADO ADSCRITO EN 2017 AL SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.

## Evaluación del desempeño

### Empleados bajo el sistema de evaluación del desempeño

			% sobre total de plantilla
<b>Mediaset España (1)</b>			
Directivos	58	26	
Mandos intermedios	7	2	
Ejecutivo de cuentas	2	8	
Técnicos	4	18	
Ordenanzas	-	-	
Secretarias	-	-	
Recepcionistas	-	-	
<b>Total Mediaset España</b>	<b>125</b>		<b>11,46%</b>
<b>Publiespaña</b>			
Directivos	14	12	
Mandos intermedios	10	9	
Ejecutivo de cuentas	25	32	
Técnicos	13	46	
Ordenanzas	2	-	
Secretarias	-	16	
Recepcionistas	-	-	
<b>Total Publiespaña</b>	<b>179</b>		<b>98,35%</b>
<b>Total Grupo Mediaset España</b>	<b>135</b>	<b>169</b>	
	<b>304</b>		<b>23,88%</b>

(1) Mediaset España: Directivos, algún Jefe de Departamento y técnicos. Incluye todas las empresas del grupo excepto Publiespaña.



MEDIASET ESPAÑA  
ES MIEMBRO DE LA  
RED DE EMPRESAS  
SALUDABLES  
DEL MINISTERIO  
DE EMPLEO Y  
SEGURIDAD SOCIAL  
Y SUSCRIBE LA  
DECLARACIÓN DE  
LUXEMBURGO.

## Prevención de riesgos laborales

La Seguridad y Salud en el Trabajo se regulan y garantizan en Mediaset España mediante el **Plan de Prevención de Riesgos Laborales 2015-2018**. A partir de los objetivos definidos en dicho Plan, el Servicio de Prevención Mancomunado elabora un Plan Anual de la Actividad Preventiva, tal y como se describe en el apartado “Gestión del Equipo Humano”, de este Informe.

### Plan 2017 de la Actividad Preventiva Medidas destacadas

- Sistema de gestión para la Coordinación de Actividades Empresariales mediante sistemas informatizados.
- Nuevo procedimiento de medición de radiación electromagnética y realización de un mapa de riesgos de toda la instalación de Fuencarral.
- Estudio corporativo de la adaptación de puestos de trabajo en función de la edad.
- Escuela de espalda, información a los afectados e incorporación de un fisioterapeuta en el programa preventivo.

Entre las medidas tomadas en 2017, en el marco del Plan Anual de la Actividad Preventiva, cabe destacar la implantación de un servicio de fisioterapia en la sede de Mediaset España en Fuencarral. Un servicio que los empleados podrán usar hasta una vez al mes dentro de la jornada laboral, sin necesidad de recuperación del tiempo de trabajo y con previa autorización de los responsables, abonando el coste del mismo.

Además, Mediaset España cuenta con un **Manual de Procedimientos** que aborda aspectos de la gestión empresarial con incidencia en la seguridad y la salud, como puedan ser la coordinación de actividades empresariales, la adquisición y compra de productos o la incorporación efectiva de nuevos requerimientos normativos relacionados con la evaluación de riesgos por exposición a radiaciones ópticas, entre otros. Un ejemplo de este tipo de procedimientos es el creado para enviados especiales a zonas de riesgo o conflicto. Este procedimiento involucra de forma conjunta al Servicio de Prevención Mancomunado, el Servicio Médico, la Subdirección de Desarrollo de Recursos Humanos y el Área de Seguros de la Dirección de Compras y Servicios Generales.

Como novedad, en 2017 se ha facilitado a aquellos empleados con teléfono corporativo el Plan de Acogida mediante una app, como una medida más para cumplir con el precepto de información al trabajador que establece la Ley sobre riesgos y medidas preventivas.

Por su parte, el **Comité de Seguridad y Salud**, órgano destinado a la consulta regular y periódica de las actuaciones de la empresa en materia de Prevención de Riesgos Laborales, ha mantenido en 2017 cuatro reuniones ordinarias y una extraordinaria. Algunos de los asuntos más relevantes tratados durante 2017 en el contexto de estas reuniones han sido el estudio médico de regidores, la compra de gafas de campo invertido para cámaras, acciones formativas de gestión del estrés, movilidad de trabajadores, comunicación de los turnos con más preaviso, trabajos de climatización realizados en la sala de emisión, desarrollo de campañas de prevención, la realización de la auditoría interna preventiva, la digitalización del servicio médico, la puesta en marcha del servicio de fisioterapia en las instalaciones o la dotación de desfibriladores en el centro de trabajo.

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**.

## Campañas de sensibilización interna para el cuidado de la salud



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, aprobado por la compañía en octubre de 2016 para el centro de trabajo de Fuencarral en Madrid.

En 2017, Mediaset España, en el ejercicio de este compromiso, ha tomado diversas medidas para el fomento de la salud entre su plantilla

Esfuerzos que han hecho merecedora a Mediaset España de un accésit en la categoría Grandes Empresas de los **V Premios Escolástico Zaldívar**.

Mediaset España cuenta con la certificación **OHSAS 18.001**, que garantiza que las medidas de Seguridad y Salud en el Trabajo implantadas en la compañía se desarrollan dentro de un sistema de gestión estructurado, integrado eficazmente en la organización. Asimismo, se garantiza el cumplimiento de la política definida en la materia, puesto que se han implantado los mecanismos de control necesarios y se ha designado a los responsables de llevarlos a cabo. La auditoría realizada en 2017 en relación a esta certificación ha confirmado la correcta adecuación de la gestión a la norma.

Como parte de las labores de prevención, a lo largo del año se imparte formación a los trabajadores sobre diversas materias. En 2017 los contenidos formativos relacionados con PRL han representado el 14,96% de conjunto de la formación ofertada y en ellos participaron 821 empleados, un 35,5% más que en 2016. Destaca la formación en Seguridad y Emergencia, a la que asistieron hasta 673 empleados.

## EN 2017, EL SERVICIO MÉDICO UBICADO EN LAS INSTALACIONES DE FUENCARRAL PRESTÓ 5.279 ASISTENCIAS AL PERSONAL

La difusión de los cursos de asistencia voluntaria se ha llevado a cabo a través de la intranet corporativa, mientras que el desarrollo de los cursos considerados como obligatorios para el desempeño de un puesto de trabajo se ha ofrecido de manera directa a los destinatarios objeto de los mismos.

Además, de forma habitual se toman una serie de medidas para garantizar la seguridad y bienestar de los empleados:

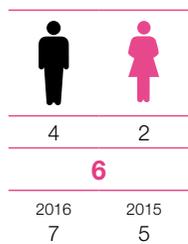
- **Difusión de información en la intranet** sobre los puestos de trabajo, riesgos asociados y medidas preventivas. Hay que destacar en este sentido la circular informativa para una adecuada protección a la maternidad, en la que se detallan las condiciones básicas de exclusión de mujeres embarazadas para determinadas tareas y el listado de puestos de trabajo que no pueden ser ocupados por embarazadas.
- **Prevención específica en los eventos especiales** de los programas, en coordinación con el área de Producción de programas.
- **Coordinación de las actividades empresariales** en materia preventiva con las empresas colaboradoras.
- **Presencia de Recursos Preventivos** en el montaje/desmontaje de los decorados de los programas.
- **Designación de Personal Autorizado** en trabajos que puedan suponer algún riesgo específico, entre otras acciones.

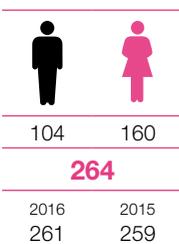
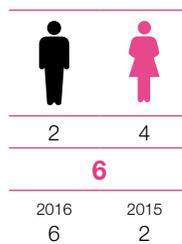
## Formación en Prevención de Riesgos Laborales impartida en 2017

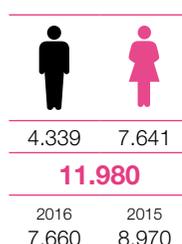
Programa Formativo	Nº participantes	Horas Realizadas
Gestión del estrés	19	152
Formación auditores PRL en OHSAS 18001	1	21
Encuentro RRHH 3.0: Deporte y Empresa	1	4
Formación en seguridad y emergencia	673	673
Curso de PRL	1	30
Formación para trabajadores susceptibles de encontrar instalaciones con amianto	13	52
PRL debidos a campos electromagnéticos	1	5
Riesgo eléctrico	18	108
Seguridad en trabajos en altura	19	152
Lucha contra incendios	23	161
Empresa Saludable Médico Mentor	15	165
Primeros auxilios	21	84
Congreso Prevencionar	1	7
Prevención de riesgos en puestos de oficina	2	2
Formación sobre descarga de mercancías peligrosas	14	14
<b>Total</b>	<b>822</b>	<b>1.630</b>

Alcance: los datos reportados incluyen al Grupo Mediaset España y al personal contratado por ETT.

Pese a tener implantado un completo sistema de prevención de riesgos laborales, en 2017 se han materializado una serie de incidentes no deseados vinculados a la seguridad y salud en el trabajo, tal y como se detalla en el grafismo adjunto.

**ACCIDENTE LABORAL CON BAJA (ALCB)**

**ACCIDENTE LABORAL IN ITINERE (ALI)**

**ENFERMEDAD COMÚN (EC)**

**ACCIDENTE NO LABORAL (ANL)**

**TOTAL DÍAS PERDIDOS<sup>(1)</sup>**

**TOTAL DÍAS PERDIDOS EXCLUYENDO BAJA POR MATERNIDAD / PATERNIDAD**


## Índice de accidentalidad



I. Frecuencia =  $n^{\circ}$  ALCB x 1.000.000 / Horas trabajadas x media de empleados.

II. Incidencia =  $n^{\circ}$  ALCB x 1.000 / Media trabajadores.

III. Gravedad = Jornadas perdidas por ALCB x 1.000 / Horas trabajadas en el año.

Nota: Para el cálculo de los índices de accidentalidad se utiliza mensualmente el número de trabajadores que han cotizado a la Seguridad Social durante todo el mes. Difiere de la plantilla media ya que ésta contempla únicamente el número de trabajadores contratados por cada empresa del Grupo, a fin de mes.

Se considera que no existen enfermedades profesionales con una mayor incidencia o riesgo en el Grupo.

(1) N° de días de absentismo. Incluye datos correspondientes a enfermedad y también a baja por maternidad/paternidad.

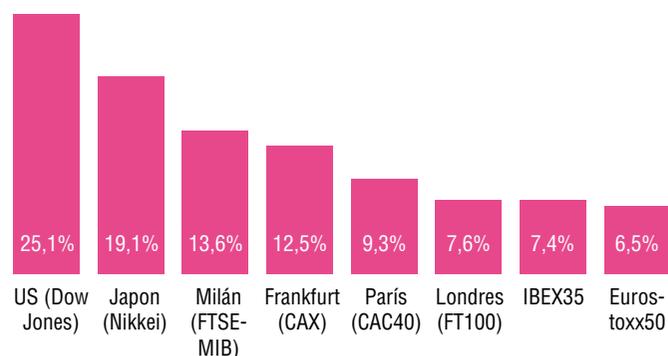
# VALOR PARA LOS ACCIONISTAS E INVERSORES

## AL CIERRE DEL AÑO LOS PRINCIPALES ÍNDICES MUNDIALES PRESENTARON UNA EVOLUCIÓN POSITIVA.

2017 se esperaba que fuese un año de incertidumbres políticas: la incógnita D.Trump como nuevo presidente de los Estados Unidos de América, las elecciones en Francia y Alemania, la debilidad del gobierno italiano así como las negociaciones por el Brexit hacían vaticinar un año muy volátil en las bolsas mundiales. Sin embargo, la reacción de los mercados ha sido todo lo contrario, con crecimientos sostenidos y constantes que han llevado a las principales bolsas mundiales hacia nuevos records, donde los índices de Estados Unidos, Alemania e Inglaterra han marcado nuevos records históricos a lo largo del año.

En este sentido, el mejor índice en Europa ha sido el FTSE Mib italiano con una revalorización del 13,61% gracias al tirón de los valores financieros; en segundo lugar se encuentra el DAX30 alemán con un incremento anual del 12,51%, cerrando en niveles de record gracias al buen tono de las empresas exportadoras. Tercero en el ranking europeo fue el CAC40 francés con una subida del 9,26%, en el año en que la elección del nuevo presidente E.Macrón alejó los miedos sobre el posible surgimiento del populismo en Europa; le ha seguido el FTSE100 británico que tuvo una revalorización del 7,63%, cerrando en 7.687,77 puntos, donde la depresión del tipo de cambio de la Libra, agitada por la antesala del Brexit, apoyó la evolución del selectivo inglés. Por su parte, el Euro Stoxx50, índice de referencia en Europa, que aglutina las 50 mayores empresas europeas cotizadas, tuvo una revalorización del +6,49%.

## Evolución de los principales índices bursátiles mundiales en 2017



Fuente: Thomson Reuters

Por su parte, en Estados Unidos los índices han cerrado en niveles de máximos históricos con los valores tecnológicos dando un fuerte empuje. El Nasdaq cerró 2017 con un incremento del 28,24%, seguido por el Dow Jones que creció un 25,08%. El S&P500 se revalorizó un 19,42%, índice que ha logrado cerrar todos los meses del año en positivo por primera vez desde 1988, con una volatilidad inferior al 10% durante más de 200 sesiones, un record en 50 años. La baja volatilidad, los buenos datos macroeconómicos y empresariales han animado los inversores a apostar por las bolsas y por los valores cíclicos.

## Relación Euro/Dólar

El cambio euro/dólar americano tuvo una evolución muy positiva en 2017 siguiendo el rally ya apreciado en el último mes de 2016, tras la elección del presidente D. Trump. A cierre de 2017 el euro cotizaba a 1,196\$, presentando un incremento del 14,1%.

## Petróleo

El precio del petróleo en 2017 continuó la senda del año anterior; a cierre de año el precio del BRENT (referencia en Europa por el precio del barril de petróleo) era 66,87\$, presentando un incremento del 17,7% en el año. Los acuerdos aprobados a finales de 2016 por parte de los países de la OPEP en mérito a la reducción de los niveles de producción fueron un soporte para el precio del barril.

## Prima de riesgo

La prima de riesgo española tuvo, al igual que en 2016, una evolución aplanada, en el entorno de los 100 puntos. El máximo anual se alcanzó en 150,3 puntos el 13 de abril, y después de tocar techo se fue reduciendo a la mitad hasta alcanzar su mínimo en 89,7 puntos el 21 de julio. Tras del verano, coincidiendo con el incremento de las tensiones políticas en Cataluña, volvió a crecer hasta cerrar en 111,8 puntos.

## IBEX 35

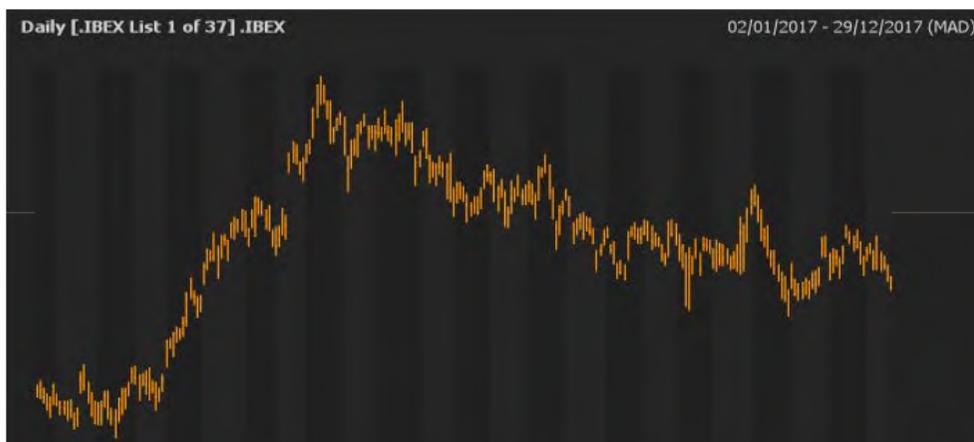
La bolsa española tuvo en 2017 su mejor año desde 2013, tras subir un 7,4%, con 24 de los grandes valores al alza. Muchas luces en un primer semestre que se vieron difuminadas por las sombras del último trimestre del año. Hasta mayo, el selectivo llegó a revalorizarse casi un 20% y a superar los 11.100 puntos (algunos incluso soñaban ya con los 12.000pp), pero el selectivo tropezó en la recta final de año con la crisis política catalana, haciendo que los inversores internacionales y nacionales se retiraran, a la espera de que se despejaran las incertidumbres políticas.

En este contexto, el selectivo español cerró en positivo siete de los 12 meses del año, tocando mínimo a principios de año (23 de enero), con 9.304,80 puntos y alcanzando un máximo el 5 de mayo, con 11.119,90 puntos.

Los 35 mayores valores de la Bolsa española cerraron 2017 con una capitalización de €647.436 millones, €66.548 millones más que en el año anterior. A cierre de año Inditex, con una capitalización de €90.523 millones, fue la empresa española con mayor capitalización; el Banco Santander la segunda, con €88.410 millones y tercero el banco BBVA, con €47.422 millones. Mediaset España, con €3.151 millones, se ha situado en la posición n.30 por capitalización entre las empresas del Ibex35.

En cuanto al volumen negociado del IBEX35 en 2017, éste estuvo en línea con el año anterior: 588.323 millones de euros, lo que representa un incremento del 1,8% respecto a 2016. Los valores más negociados fueron Santander, BBVA y Telefónica, que en su conjunto centraron el 40% del volumen total del año.

## Evolución del IBEX35 en 2017



Fuente: Thomson Reuters



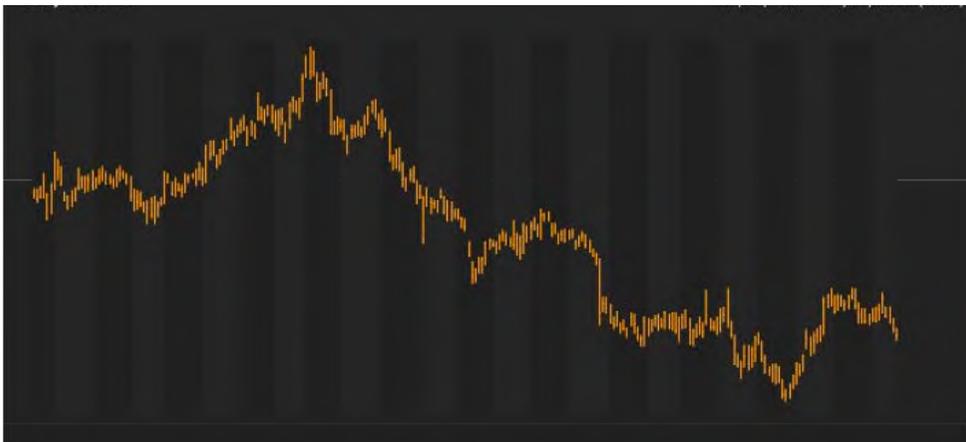
## Mediaset España en bolsa y su comparativa con otras compañías europeas

Mediaset España cerró el año cotizando a €9,36, con una caída del 16,1%, siendo uno de los peores valores del Ibex35 en 2017. El máximo anual se alcanzó el 4 de mayo, día anterior al pago del dividendo, con un valor de €13,00 (valor máximo de la cotización de la compañía desde el 16 de julio de 2015). Luego de tocar techo, la cotización se fue deprimiendo hasta alcanzar el mínimo anual el 10 de noviembre, llegando a un valor de €8,62. En particular, el 29 de agosto las acciones de la compañía tuvieron una de sus peores jornadas en bolsa tras caer un 7%, ese día la compañía de televisión alemana ProSieben anunció un profit warning (una advertencia llevada a cabo por una compañía cotizada, por el que comunica que sus resultados sufrirán una fuerte disminución de los beneficios). Dicho anuncio tuvo un efecto contagio en las cotizaciones de la principales compañías europeas de televisión, por el temor de los inversores a que la situación experimentada en Alemania se pudiera replicar, de alguna forma, en otros países de la región, situación que no se produjo.

El promedio de títulos negociados cada día fue 1.290.029 títulos, lo que supuso una caída respecto al año anterior del 19%, y en euros el promedio diario negociado fue €14.153.425,65.

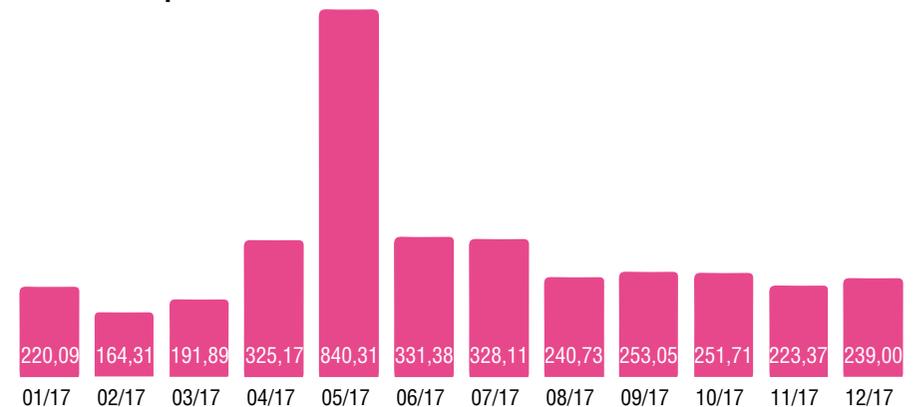
El volumen total negociado de Mediaset España en 2017 fue de €3.609,1 millones, con una variación de -€315 millones, representando una caída del 14,5% respecto al año anterior. En cuanto al volumen total de títulos negociados en 2017, éste fue de 354,3 millones frente a los 411,5 millones de 2016. El mes de mayo, coincidiendo con el pago del dividendo anual, fue el mes con mayor negociación de títulos de Mediaset España.

### Evolución de la cotización de Mediaset España en 2017



Fuente: Thomson Reuters

### Evolución de los volúmenes (€) mensuales negociados de Mediaset España en 2017



Fuente: Thomson Reuters

En cuanto a capitalización bursátil de Mediaset España, a 31 de diciembre ésta fue de €3.151,3 millones, un decremento de €600 millones comparado con el año anterior.

En el ranking de capitalización bursátil, Mediaset España se ha colocado una vez más en primera posición a nivel nacional entre las compañías del sector media, con una diferencia de €1.187 millones respecto a su inmediato competidor (Atresmedia) y un 33% superior al conjunto de las empresas del sector.

La evolución bursátil de las principales compañías del sector media en Europa fue negativa. Prosieben encabezó las caídas con un -21,6%, producto del castigo de los inversores tras el ya mencionado profit warning. Las empresas francesas TF1 (+30%) y M6 (+22%) tuvieron una evolución positiva, desmarcándose del resto de operadores europeos; los inversores apostaron por las acciones francesas a raíz de la elección de E. Macrón como nuevo presidente del país galo, en cuyo programa electoral estaban previstas algunas reformas favorables al sector TV.

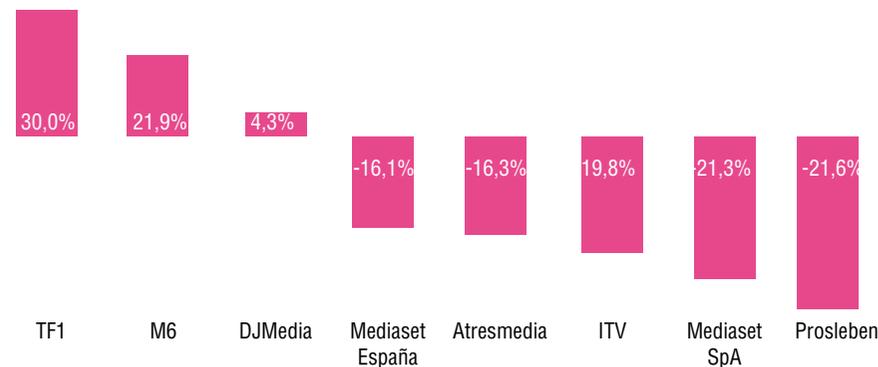
En términos de capitalización, Mediaset España se ubica, un año más, en cuarta posición de la clasificación europea de broadcasters, detrás de ITV, Prosieben y Mediaset SpA.

### Capitalización de las principales compañías media en España en 2017



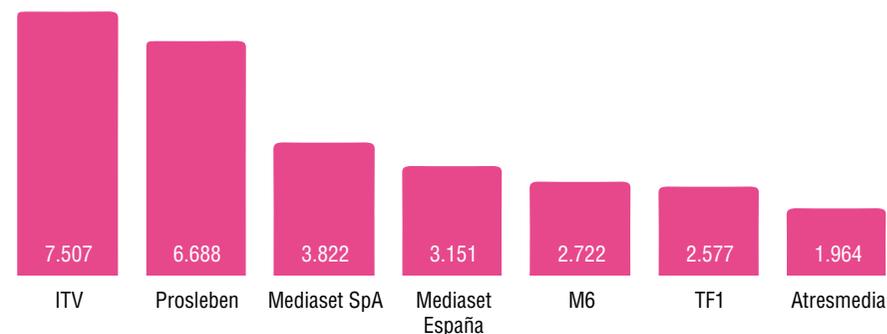
Fuente: Thomson Reuters

### Evolución bursátil de las principales compañías del sector media en Europa en 2017



Fuente: Thomson Reuters

### Capitalización de las principales compañías media en Europa en 2017



Fuente: Thomson Reuters

## Atención a accionistas e inversores

La Dirección de Relación con Inversores y la Oficina del Accionista de Mediaset España ha tenido, durante 2017, un nivel de actividad muy parecido al del año anterior, lo que refleja un importante interés por parte de los inversores, así como una gran apertura de la compañía para comunicarse con este colectivo.

En este sentido, la compañía ha participado en 22 conferencias celebradas tanto en España como en Reino Unido, Francia, Suiza y Estados Unidos, dedicadas a las empresas del sector de medios de comunicación así como a compañías de la península ibérica.

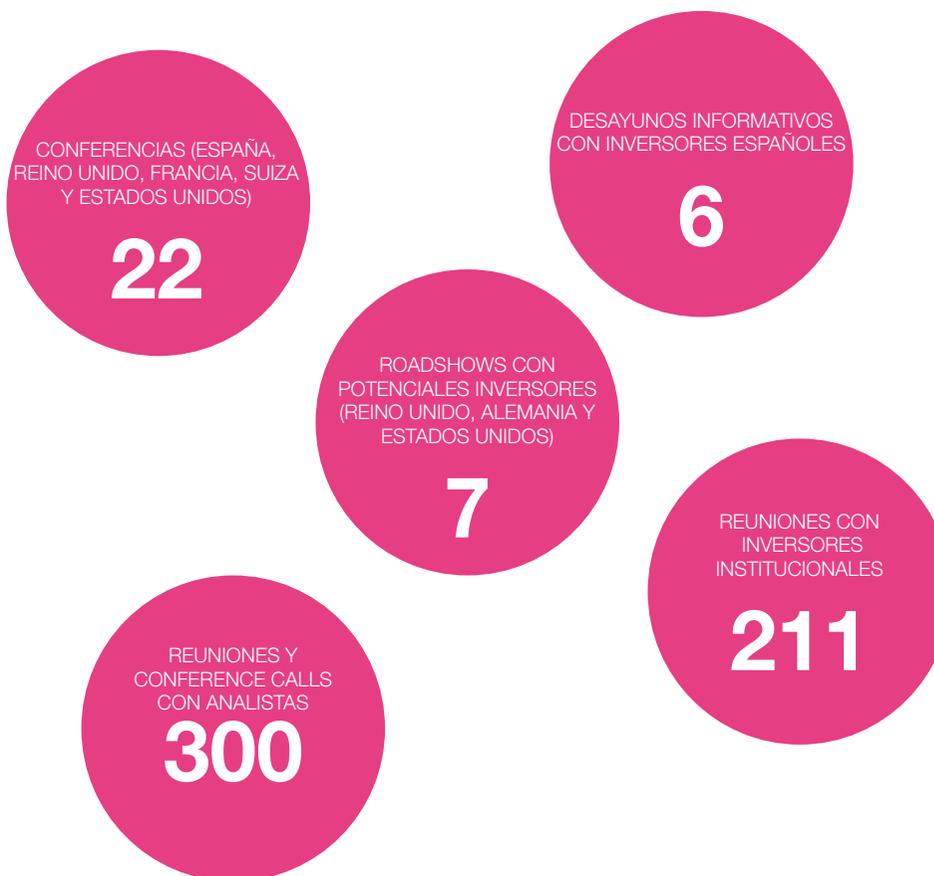
Además, ha organizado 6 desayunos informativos con inversores españoles y ha efectuado 7 roadshows con potenciales inversores en Europa: Reino Unido (Londres y Dublín), Alemania (Frankfurt) así como en Estados Unidos (New York, Boston y Chicago).

Durante el ejercicio se han celebrado 211 reuniones con inversores institucionales, tanto presenciales como a través de conference calls, que han permitido mantener un contacto directo con más de 550 compañías de inversión.

A su vez, se han realizado unas 300 reuniones y conference calls con los analistas de los diferentes brokers que cubren la compañía con los cuales se han intercambiado unos 5.000 correos en el año.

Por otra parte, la compañía ha procedido a renovar completamente su web (<http://www.mediaset.es/inversores/es/>), transformándose en una web responsive, es decir, que se adapta automáticamente al formato de los dispositivos a través de los cuales los usuarios accedan a la misma, con el objetivo de facilitar y mejorar la experiencia de acceso a la información de la compañía. Paralelamente, a lo largo del año se ha mantenido constantemente actualizada la información publicada en la web, destacando con apartados específicos la información considerada más relevantes para los accionistas e inversores, así como se ha procurado ampliar el abanico de servicios e información ofrecido al gran público.

En cuanto a la atención que Mediaset España ofrece a sus accionistas, es destacable que, tanto las llamadas telefónicas como la comunicación vía email, se han mantenido como vías de comunicación continua con dicho colectivo durante todo el año. En términos cuantitativos, se ha recibido un promedio de 100 correos electrónicos mensuales, así como un centenar de llamadas telefónicas, que han sido atendidos por la Oficina del Accionista. La mayoría de las preguntas formuladas han estado relacionadas con el pago de dividendos, la celebración de la junta de accionistas y la cotización de la compañía.



## Principales preguntas planteadas por los inversores

### ¿Cuál es la evolución del mercado en 2017 y por qué la evolución en el segundo trimestre ha sido negativa?

Hasta finales de septiembre el mercado publicitario TV ha crecido un 0,8% y la TV ha mantenido su peso entre los medios publicitarios convencionales. La evolución del primer semestre ha sorprendido por haber sido inferior a lo esperado (+0,1%); el primer trimestre creció un +4% mientras que el segundo se cerró con un retroceso del -3%.

Toda la caída del segundo trimestre de 2017 se concentró en el mes de abril, mientras que mayo y junio fueron positivos, aunque menos de lo esperado; la sorpresa se produjo principalmente en junio donde, a pesar de la Eurocopa, la comparativa era "fácil". La explicación de la evolución negativa del segundo trimestre se concentra en dos sectores que representan más del 15% de la inversión en televisión como son el de Salud y Belleza; también ha contribuido la fuerte caída del sector de las telecomunicaciones.

### ¿Hay un problema estructural que pueda explicar la razón por la cual el mercado publicitario en 2017 crezca a un ritmo inferior de la economía española?

Es cierto que tomando en consideración la sólida evolución de la economía española, el mercado publicitario TV en 2017 debería haber crecido más. Es cierto que la caída de mercado en el segundo trimestre fue totalmente inesperada, pero consideramos que se trata de un caso aislado, y que el mercado retorna a una senda positiva en los últimos dos trimestres del año.

La correlación entre economía y mercado publicitario nunca ha sido lineal y no es un ratio sobre el que se puedan establecer conclusiones en base al análisis de datos de periodos cortos. Un trimestre, incluso un año, de medición puede distorsionar la percepción de la realidad. Sería más correcto tomar datos de largo plazo. Por ejemplo, calculando la tasa anual compuesta de crecimiento (CAGR) del mercado publicitario entre el 4º trimestre 2013 y el 4º trimestre 2017 (estimado), la evolución ha sido un +6%; un dato muy superior al del crecimiento de la economía Española en el mismo período.

La correlación entre economía y mercado publicitario se conserva en buena salud, lo que estamos viendo en el corto plazo no es más que una evolución cíclica, típica del sector en el que Mediaset España opera.

### ¿Cuál es la política de precios publicitarios de la compañía en 2017?

En un mercado donde la casi totalidad de los espacios publicitarios de los operadores TV están vendidos, el crecimiento viene por precios. Rozamos la plena ocupación y casi no hay espacios disponibles, así que la variable precios es la que determina el crecimiento de mercado. Para el año 2017, excluyendo el impacto de la Eurocopa 2016, nuestro objetivo es incrementar los precios entre +4% y +6%, aunque obviamente el incremento final dependerá del crecimiento de mercado. Además nos hemos fijado el objetivo de reducir el diferencial de precios que tenemos con nuestro principal competidor, por lo que esperamos incrementar nuestros precios por encima del promedio de mercado.

### ¿Qué previsiones tiene la compañía sobre su cuota de mercado en 2017?

En 2016 la compañía terminó, un año más, como líder de inversión. En el cuarto trimestre de 2016 nuestro resultado fue ligeramente inferior al esperado. No obstante, conseguimos cerrar el año con una cuota de 43,3% (respecto del 42,1% de nuestro principal competidor). En dicho resultado tiene incidencia también el resultado de la Eurocopa, que supuso 0.6 puntos de cuota de inversión.

Para el año 2017 nuestro objetivo es repetir el liderazgo en ingresos. Para ello, debemos de tener una cuota de inversión total año por encima del 43%, nivel que garantiza el liderazgo. Eso significa repetir la cuota de 2016 sin contar con el impacto de un gran evento deportivo, lo que supone que debemos de compensar ese 0,6 que supuso la Eurocopa, y con nuestro competidor emitiendo la Champions League. Es un objetivo ambicioso pero indiscutiblemente a nuestro alcance.

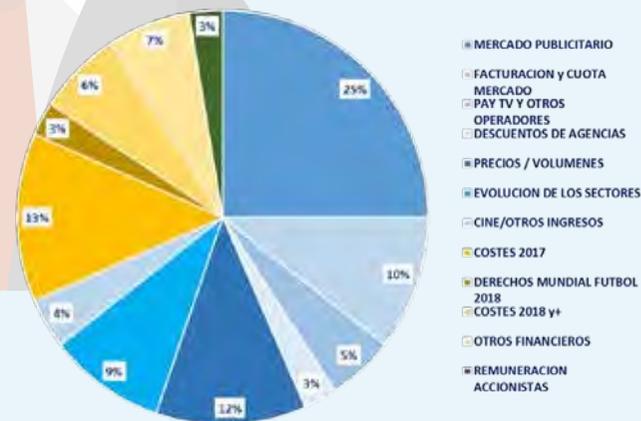
### ¿Qué nivel de costes tendrá la compañía en 2017 y 2018?

En 2017 hemos conseguido mantener el liderazgo en audiencias y en cuota de mercado publicitario, este último con un incremento de la ventaja con el segundo operador, y esto sin contar con la retrasmisión de grandes eventos deportivos.

La guidance de costes a principios de año fue de €770 millones, lo que suponía un ligero incremento de costes comparado con el año anterior, justificado por el lanzamiento del nuevo canal BeMad y por las inversiones del grupo en el entorno digital, además de un normal impacto de la inflación. Tras la débil evolución del mercado publicitario en el segundo trimestre, el Grupo alcanzó unos ahorros que se consiguieron capitalizar, de manera que la guidance definitiva de costes para el año 2017 se rebajó a €750 millones.

Respecto de los costes de 2018, daremos una guidance, con un número concreto, cuando el Consejo de Administración apruebe los presupuestos anuales. A título preliminar podemos adelantar que se esperan unos costes recurrentes en línea con los del año anterior, a los que se añade la inversión por los derechos del Mundial de fútbol de Rusia de 2018.

### Tipología de preguntas de los inversores



# DESEMPEÑO ECONÓMICO-FINANCIERO

A continuación se presentan las principales magnitudes económico-financieras del Grupo Mediaset España, si bien toda la información económico-financiera se encuentra debidamente detallada en las Cuentas Anuales Consolidadas e Individuales de los períodos correspondientes.

## Estados de situación financiera consolidada (miles de euros)

	2015	2016	2017
Activo Corriente	469.285	436.931	408.225
Activo No Corriente	916.860	865.772	826.771
<b>Total Activo</b>	<b>1.386.145</b>	<b>1.302.703</b>	<b>1.234.996</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
Patrimonio Neto	1.069.903	983.291	900.077
Pasivo Corriente	289.836	284.756	302.482
Pasivo No Corriente	26.406	34.656	32.437
<b>Total Pasivo</b>	<b>1.386.145</b>	<b>1.302.703</b>	<b>1.234.996</b>

## Resumen de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada (miles de euros)

	2015	2016	2017
Total ingresos netos de explotación	971.931	991.983	996.257
Costes operativos	766.747	767.548	750.917
Resultado operativo	205.184	224.435	245.340
Resultado antes de impuestos y minoritarios	219.140	225.815	247.408
<b>Resultado neto grupo<sup>1</sup></b>	<b>166.167</b>	<b>170.997</b>	<b>197.496</b>

<sup>1</sup> Atribuible a los accionistas de la sociedad dominante

## Ingresos y gastos de explotación (miles de euros)

Ingresos	2015	2016	2017
<b>Ingresos publicitarios del Grupo</b>	<b>897.973</b>	<b>926.916</b>	<b>928.695</b>
Otros Ingresos publicitarios	3.815	2.515	3.182
Prestación de servicios	48.824	47.578	47.368
Otros	7.279	8.029	6.404
Otros Ingresos de explotación	14.040	6.945	10.608
<b>Total</b>	<b>971.931</b>	<b>991.983</b>	<b>996.257</b>
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>Gastos de explotación</b>	<b>(4.832)</b>	<b>(164)</b>	<b>692</b>
Reducción de productos terminados y en curso	(4.832)	(164)	692
Aprovisionamientos	236.276	240.917	229.660
Gastos de personal	105.041	105.872	105.646
Consumo de derechos audiovisuales	205.156	205.455	186.849
Dotaciones amortización	17.099	17.924	18.659
Variación provisión circulante	388	(5.999)	(1.748)
Otros gastos	207.619	203.543	211.159
<b>Total gastos de explotación</b>	<b>766.747</b>	<b>767.548</b>	<b>750.917</b>

## Valor económico generado y distribuido (miles de euros)

	2015	2016	2017
Valor económico generado	971.931	991.983	996.257
Valor económico distribuido			
a. Costes operativos	766.747	767.548	750.917
b. Impuestos y minoritarios	52.974	54.818	49.912
c. Donaciones e inversiones en la comunidad <sup>1</sup>	25.800	10.656	13.447
Total valor económico distribuido	845.521	833.022	814.276
Valor económico retenido <sup>2</sup>	126.410	158.961	181.981

<sup>1</sup> Corresponde a donaciones realizadas a entidades no gubernamentales y a los espacios publicitarios cedidos a ONGs.

<sup>2</sup> Valor económico retenido=valor económico generado-valor económico distribuido



Para más información, consultar la web corporativa

# TRANSPARENCIA FISCAL

## LA CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA DEL GRUPO MEDIASET ESPAÑA EN EL EJERCICIO 2017 HA ASCENDIDO A MÁS DE 193 MILLONES DE EUROS.

Como ya se indicó en la Memoria correspondiente al ejercicio 2016, durante el mismo el Grupo fue objeto de actuaciones de comprobación fiscal por parte de la Delegación Central de Grandes Contribuyentes de la Agencia Tributaria en relación con los ejercicios 2011 a 2014 (IVA, Sociedades, IRPF y No Residentes). El resultado de dicha revisión fue realmente satisfactorio dado que, teniendo en cuenta el volumen de negocio del Grupo durante los años revisados, así como el importe de los impuestos devengados, las Actas levantadas, y firmadas en conformidad, lo fueron por un importe realmente insignificante en términos relativos, 1,1 millones de euros.

El resultado de dichas actuaciones inspectoras pone de manifiesto el respeto escrupuloso de la normativa fiscal por parte de la Compañía, acompañando su actuación al no poco cambiante escenario normativo. Poniéndose de manifiesto, además, la calidad de la información y documentación generada, que permitieron que las precitadas actuaciones de comprobación se completaran en un período realmente reducido.

La actividad del Grupo Mediaset fuera de España se concentra, casi exclusivamente, en la sociedad "Netsonic S.L.", una sociedad domiciliada en España que cuenta con filiales en México, Colombia, EEUU y Perú. La actividad de esta sociedad consiste en la venta de publicidad programática en medios de comunicación digitales radicados en los países citados.

Aparte de ésta, el Grupo tiene una participación accionarial en "Pegaso TV" que, a su vez, y a través de la sociedad CaribeVisión, participa en un negocio de televisión en abierto radicado en Miami. Cabe resaltar que, en este caso, se trata de una participación accionarial minoritaria en una sociedad de la que no se posee el control de la gestión, cuyos resultados se recogen en los estados financieros del Grupo a través del método de participación.

A partir del 1 de julio de 2017, debido a los cambios introducidos en el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido por el R.D. 596/2016 de 2 de diciembre para la modernización, mejora e impulso del uso de medios electrónicos en la gestión del Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), se pasó a un nuevo sistema de llevanza de los libros registro del IVA que se realiza a través de la Sede electrónica de la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT) y que se denomina Suministro Inmediato de Información (SII). Aunque este sistema se implantó el 1 de julio de 2017, se imponía a los sujetos pasivos tener cargado en dicho sistema el primer semestre de 2017 antes del 30 de diciembre de dicho año; objetivo que Mediaset España cumplimentó a 31 de septiembre de 2017. Las sociedades del Grupo Mediaset España obligadas a entrar en el SII fueron Mediaset España Comunicación, Telecinco Cinema, Publiespaña, Mediacinco Cartera (todas estas por estar en consolidación de IVA), Publimedia Gestión y Conecta 5 (estas dos últimas por su consideración de gran empresa).

El equipo gestor ha decidido que, para el ejercicio 2018, entren también en el sistema, de forma voluntaria, el resto de sociedades sujetos pasivos del impuesto; Advertisement 4 Adventure, Sogecable, Grupo Editorial y Netsonic.



### Impuestos pagados por el Grupo Mediaset España (miles de euros)

	<b>2017</b>
Tasa por Reserva del Dominio Público Radioeléctrico	764
Impuesto sobre Bienes Inmuebles (IBI)	330
Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)	102
IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario	2.987
Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)	95.164
Impuesto sobre la Renta de No Residentes	13.515
IRPF Rendimientos Procedentes de Arrendamientos	10
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios	23.885
IRPF Rendimientos Trabajo, Actividades Económicas, Premios (País Vasco)	63
Pagos Fraccionados Impuesto sobre Sociedades	40.023
Impuesto sobre Sociedades	(8.549)
Tasa Residuos Sólidos Urbanos	44
Tasa Entrada Vehículos (Vados)	12
Aportación Financiación RTVE	24.449
Tasa CNMV	51
Impuesto y Tasa Administrativa sobre el Juego	881
<b>TOTAL</b>	<b>193.730</b>

IMPUESTOS SOPORTADOS  
(miles de euros)

**58.107 €**

30%

IMPUESTOS  
RECAUDADOS  
(miles de euros)

**135.623 €**

70%

CONTRIBUCIÓN  
TRIBUTARIA  
TOTAL EN ESPAÑA EL  
EJERCICIO 2017  
(miles de euros)

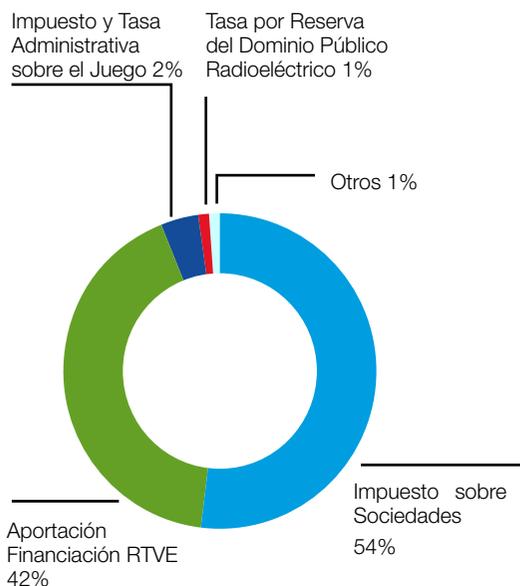
**€ 193.730**

Nota (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); Impuesto sobre Sociedades; Tasa Residuos Sólidos Urbanos; Tasa Entrada Vehículos (Vados); Aportación Financiación RTVE; Tasa CNMV; Impuesto y Tasa Administrativa sobre el Juego.

Nota (2) **Impuestos recaudados:** IRPF Rendimientos del Capital Mobiliario; Impuesto sobre la Renta de No Residentes; IRPF Rendimientos procedentes

## Impuestos soportados Grupo Mediaset España 2017

Los impuestos soportados por el Grupo Mediaset España en 2017 han superado los 58 millones de euros, donde el 54% ha correspondido al Impuesto sobre Sociedades y el 42% a la Aportación a la Financiación de Radio y Televisión Española (RTVE).



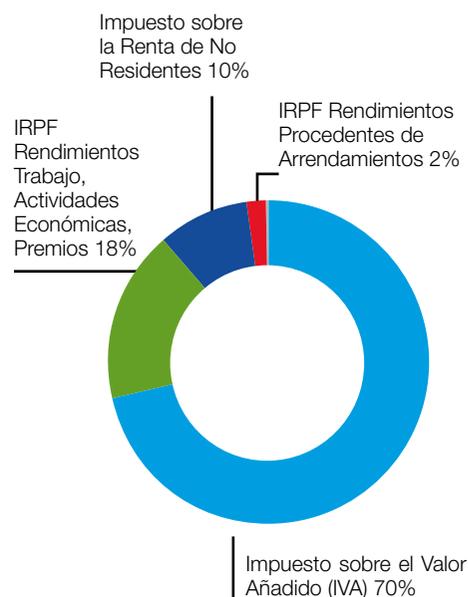
## Impuestos/ tasas específicas de la actividad de negocio

Las tasas o impuestos de actividades específicas soportadas en 2017 han superado los 26 millones de euros, donde el 94% ha correspondido a la aportación a la financiación de RTVE.



## Impuestos recaudados

Los impuestos recaudados por el Grupo Mediaset España durante el ejercicio 2017 han superado los 135 millones de euros, donde el 70% de la contribución tributaria ha correspondido al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y casi el 18% al Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas por Rendimientos del Trabajo, Actividades Económicas y Premios.



## Contribución tributaria del Grupo Mediaset España respecto de la cifra de negocios 2017

El 20% de la cifra de negocio del Grupo Mediaset España se destina al pago de impuestos, de los cuales el 6% corresponde a los impuestos soportados y un 14% a impuestos recaudados.

### Ratio de Contribución Tributaria Total 2017

En el ejercicio 2017, el ratio de Contribución Tributaria Total del Grupo Mediaset España en España ha ascendido al 23%. Es decir, del total de beneficio consolidado antes de impuestos, los impuestos soportados representan el 23%.

### Contribución tributaria fuera de territorio español

La contribución tributaria del Grupo Mediaset España fuera de territorio español se circunscribe a las retenciones del Impuesto sobre la renta de no residentes (Mediaset España, Telecinco Cinema y Netsonic) y de la tributación en cada país de las filiales del Grupo Netsonic. (1)

La contribución de las sociedades de este Grupo en los países donde operan están, en su gran mayoría, relacionadas con el volumen de operaciones corrientes a través de impuestos indirectos tales como el IVA. La reciente creación de las empresas que componen este Grupo hace que sus aportaciones por concepto de Impuesto de Sociedades o Impuesto sobre Beneficios sean muy reducidas.

(1) Nota: Grupo Netsonic compuesto por las filiales en México, Colombia, EE.UU y Perú.

## Subvenciones recibidas (miles de euros)

AYUDAS RECIBIDAS POR PARTE DEL INSTITUTO DE LA CINEMATOGRAFÍA Y DE LAS ARTES AUDIOVISUALES, PARA LA ACTIVIDAD DE COPRODUCCIÓN CINEMATOGRAFICA<sup>1</sup>

600

OTRAS AYUDAS DE ORGANISMOS PÚBLICOS

0

AYUDAS RECIBIDAS DE FUENTES NO GUBERNAMENTALES<sup>2</sup>

14

(1) Corresponde a las subvenciones recibidas por Telecinco Cinema, en el marco de las ayudas para la amortización de películas cinematográficas de largometraje.

(2) Corresponde a la subvención recibida de Fundación Biodiversidad, en el marco de la Convocatoria de Concesión de Ayudas para el Fomento de la Información Ambiental.

## Conciliación entre Resultado del ejercicio antes de impuestos e Impuesto sobre Sociedades (miles de euros)

	2017		2017
Resultado Consolidado Contable antes de Impuestos	247.408	Base imponible	228.069
Variaciones Perímetro de Consolidación	59	Cuota íntegra (25%)	57.017
Diferencias permanentes	1.611	Compensación bases imponibles negativas	(14.254)
Diferencias temporarias	(21.009)	Deducciones y bonificaciones	(11.284)
<b>Base imponibles (resultado fiscal)</b>	<b>228.069</b>	Retenciones	(40.028)
		<b>Impuesto sobre Sociedades a devolver</b>	<b>(8.549)</b>

Nota: la tasa impositiva efectiva difiere de la tasa impositiva nominal debido a las deducciones por producción audiovisual.

## Bases imponibles negativas (miles de euros)

CONECTA 5

6.703

MEDIACINCO CARTERA

149.425

NETSONIC

1.167

## Otros datos de interés

PORCENTAJE QUE REPRESENTAN LAS COMPRAS INTRAGRUPRO RESPECTO DEL TOTAL DE COMPRAS

21,29%

PORCENTAJE DE DEUDA INTRAGRUPRO RESPECTO DEL ENDEUDAMIENTO TOTAL

0

COSTE FINANCIERO DE LA DEUDA

0

COSTE FINANCIERO DE LA DEUDA INTRAGRUPRO

0

ENDEUDAMIENTO EXTERNO TOTAL

0

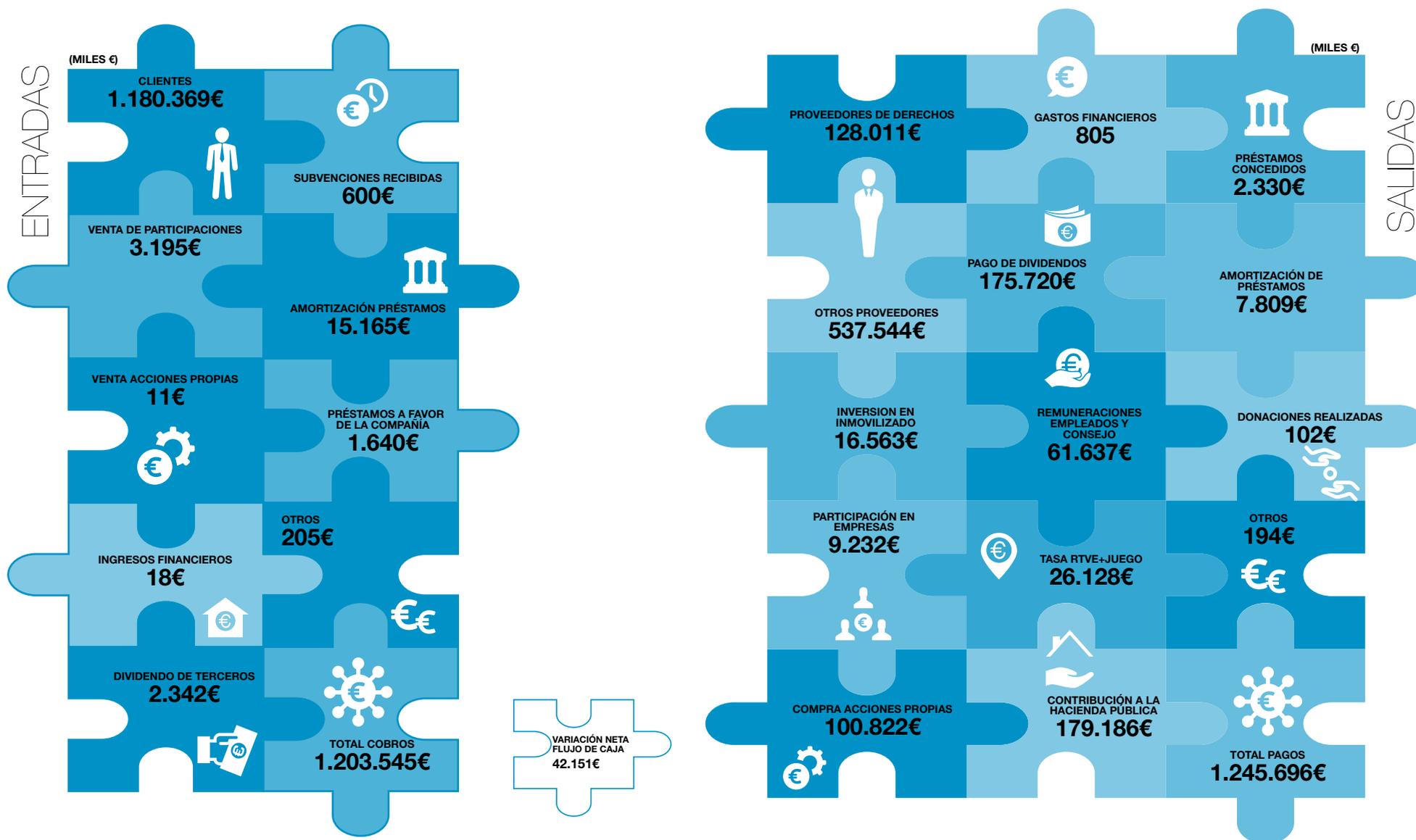
EXENCIONES FISCALES CONCEDIDAS (miles de euros)<sup>1</sup>

71.001

(1) Las únicas exenciones fiscales corresponden a la exención a los dividendos, de acuerdo a la Ley del Impuesto sobre Sociedades.

# CASH FLOW SOCIAL

A través del siguiente cash flow social, 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 la compañía.



Nota: el criterio utilizado para el cash flow social ha sido el de movimiento de caja durante el año 2017, según clasificación expuesta, que difiere del criterio utilizado en la información contable. A su vez, no se han considerado las cuentas intragrupo, ni tampoco se ha tenido en cuenta la contribución de la compañía a través de la **cesión gratuita de espacios publicitarios** para causas sociales, que en 2017 se valoraron en **13.340.773€**, puesto que los mismos no supusieron un movimiento de caja.

# VALOR PARA LA SOCIEDAD

PARA ABORDAR TODAS SUS CAMPAÑAS, 12 MESES HA CONTADO Y CUENTA CON UNA EXHAUSTIVA LABOR DOCUMENTAL, IDENTIFICANDO EN PRIMERA INSTANCIA LOS PUNTOS CRÍTICOS QUE NECESITAN SER TRATADOS.

## 12 Meses, 18 años como referente de acción social en los medios de comunicación

Detectar y atender las necesidades de la sociedad poniendo el foco sobre las formas de colaborar ha sido una vez más el empeño de 12 Meses, iniciativa de acción social de Mediaset España que en 2017 ha cumplido 18 años de trabajo en el ámbito de la información, la concienciación y la llamada positiva a la acción.

Durante 2017, 12 Meses ha iniciado su particular lucha contra el acoso escolar a través de la campaña 'Se buscan Valientes' en la que el protagonismo se ha centrado, por primera vez en una iniciativa de estas características, en el testigo. Paralelamente, ha continuado la alianza que mantiene desde el año 2012 junto a la Organización Nacional de Trasplantes para dar difusión a la donación de órganos a través de 'Eres perfecto para otros'. Y ha sido pionera en poner foco de manera conjunta en la detección precoz del cáncer de mama y de próstata con su iniciativa 'MinimalMama & MinimalPapa'.

En este año, 12 Meses ha prestado su apoyo también a otras organizaciones de corte social a través de diferentes iniciativas como el estreno, junto al Comité Español de ACNUR, del documental 'La Niña Bonita', que pone foco en la crisis de refugiados de Siria; o al Madwomen Fest, en el que han participado numerosos rostros del ámbito cultural contra la violencia de género. 2017 también ha sido el año de la firma del acuerdo con el Comité de Emergencia por el que Mediaset España ha establecido una alianza con seis de las grandes ONG que trabajan cuando se declara una situación de emergencia humanitaria internacional para realizar un llamamiento a la audiencia desde una única voz. Además, en su empeño por convertirse en altavoz de las causas sociales, este año ha contribuido a dar difusión a la acción desarrollada por

la Fundación Querer que persigue la creación de un centro educativo para niños con enfermedades neurológicas.

Para abordar todas sus campañas, 12 Meses ha contado y cuenta con una exhaustiva labor documental, identificando en primera instancia los puntos críticos que necesitan ser tratados, los partners adecuados para llevar a cabo el desarrollo de las campañas, la forma de enfocar el mensaje a sus espectadores para lograr su máxima adhesión y el llamamiento a la acción a través de distintas iniciativas en sus informativos, programas de producción propia, webs y redes sociales.

Junto a su labor como creadora de contenidos, 12 Meses ha llevado a cabo una gran promoción de sus objetivos para dar publicidad y notoriedad a cada una de sus iniciativas de publicidad social, logrando nuevamente ser el referente de iniciativas de acción social en los medios de comunicación con su equipo artífice, la Dirección de Comunicación y Relaciones Externas de Mediaset España, y la complicidad de toda la compañía, que un año más ha puesto al servicio de cada una de las causas no sólo su antena y sus contenidos, sino su espacio publicitario, con la emisión de 4.186 grps a través del pase de los diferentes spots, lo que se traduce en un valor económico de más de 7,6 millones de euros.



## SE BUSCAN VALIENTES

2.464

PASES

15.000.000

DE VISUALIZACIONES

[www.sebuscanvalientes.com](http://www.sebuscanvalientes.com)

8

GALARDONES

## Se buscan valientes' contra el acoso escolar, la campaña de más alcance y más viral de 12 Meses

Luchar contra el acoso escolar fue en 2017 uno de los principales objetivos de concienciación social de Mediaset España y de 12 Meses. Con este fin, 12 Meses inició su 18º año de andadura con el lanzamiento de 'Se buscan valientes', campaña destinada a erradicar este problema con los últimos avances y protocolos de actuación, fundamentados en la implicación de los observadores del conflicto. Dirigida a niños y jóvenes y protagonizada por Juan Manuel Montilla 'El Langui', 'Se buscan valientes' se ha convertido en la campaña de más éxito y más viral de todas las emprendidas por 12 Meses. Hasta la fecha, el rap interpretado por 'El Langui', convertido ya en un himno contra el bullying, ha registrado más de 15 millones de visualizaciones en internet y la campaña, en su totalidad, ha obtenido ocho galardones: el Premio Internet a la Mejor Publicidad On Line de Acción Social, el Gran Premio del Festival de Comunicación Infantil El Chupete en la categoría de Cine y Televisión, certamen en el que también consiguió otros tres galardones en las categorías de Otros Soportes (Música), Página Web y Medios de comunicación, Mención Especial en los Premios Solidarios del Seguro 2017 y el Premio Magisterio 2017 concedido por su contribución al desarrollo educativo.

La campaña 'Se buscan valientes' se vertebró en torno al rap 'Se buscan valientes', que con un lenguaje desenfadado expone las actitudes y los recursos con los que encarar las situaciones de abuso, y contó, además, con cinco spots institucionales, emitidos en todos los canales de Mediaset España, además de la difusión y apoyo de todos los programas de producción propia y las redes sociales corporativas. La web [Sebuscanvalientes.com](http://Sebuscanvalientes.com) ha sido también el gran soporte de esta iniciativa, que ha llegado tanto a los centros educativos españoles como a otros organismos e instituciones como la Policía Nacional, la Guardia Civil, Save The Children o la Fundación Anaya, entre otros, que con su apoyo desinteresado han contribuido a la difusión de sus principales argumentos. La web conforma un espacio de trabajo online que informa sobre la realidad del acoso escolar, da pautas para su detección y erradicación y ofrece información de utilidad ante casos concretos.

El site también ofrece información institucional de la campaña, como el rap, disponible para descargar y compartir en las redes sociales, así como los spots emitidos en todos los canales de Mediaset España y otros datos de interés, entre ellos el número habilitado por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (900 018 018) para dar a conocer situaciones de acoso, así como el contacto de la Fundación Anar de Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo. En este espacio de trabajo virtual también se ofrecen pautas de actuación para alumnos, padres y profesores y una serie de herramientas para luchar contra el acoso escolar.



## ERES PERFECTO PARA OTROS

698

SPOTS

PREMIO

ALCER NAVARRA

## 12 Meses celebra la vida con 'Eres perfecto para otros'

¡Celebra la vida! ¡Celebra las segundas oportunidades porque eres perfecto para otros! fue el nuevo claim con el que 12 Meses retomó durante 2017 la campaña 'Eres perfecto para otros', fruto de la alianza iniciada en 2012 junto a la Organización Nacional de Trasplantes (ONT) para fomentar la donación de órganos. Los presentadores Florentino Fernández y María Gómez fueron los prescriptores encargados de animar a la donación de órganos y de mostrar sus efectos positivos. El estreno de esta nueva campaña coincidió con la celebración en Málaga de la XXI Edición de los Juegos Mundiales de Deportistas Trasplantados a la que 12 Meses dio cobertura a través de su web, RR.SS y la antena de Mediaset España. Claro ejemplo de superación, la competición deportiva fue también el mejor exponente para mostrar que si en algunos casos las segundas partes no fueron buenas, en otros son un gran motivo de celebración.

## Minimalmama & Minimalpapa, una pareja concienciada en la prevención del cáncer de mama y cáncer de próstata

Útiles, necesarios, icónicos y divertidos. Así son Minimalmama & Minimalpapa, los protagonistas de la campaña para la detección precoz conjunta del cáncer de mama y próstata lanzada por 12 Meses a principios de noviembre en Internet y redes sociales y que, dada su excelente acogida, saltó a la antena de Mediaset España bajo el lema 'Queremos que te cuides'. La campaña contó con el asesoramiento de la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) y mostró con un lenguaje positivo y optimista diferentes aspectos de los dos tipos de cáncer más diagnosticados en nuestro país a hombres y mujeres.

## QUEREMOS QUE TE CUIDES

372

PASES

'Queremos que te cuides' incidió en cuatro aspectos básicos en la lucha contra el cáncer: diagnóstico precoz, factor hereditario, ejercicio físico y alimentación saludable. Cada uno de estos aspectos compone el concepto principal de los cuatro spots de los que constó la campaña, protagonizados por Minimalmama y Minimalpapa, una pareja de animación formada por un "hombre", ejemplificado en un bigote inspirado en la estética del movimiento 'Movember', y una "mujer", diseñada como una pequeña mama, que hablan en distintas situaciones cotidianas sobre la necesidad de las revisiones periódicas, la importancia del factor genético y la incorporación de hábitos saludables a sus respectivos estilos de vida. En un desarrollo 360°, la campaña también dio el salto a la calle con la Mostacho Run, carrera solidaria a beneficio de la AECC, que contó con la participación de Minimalpapa y Minimalmama como animadores de excepción.

## 'La niña bonita', un documental sobre el drama de los refugiados a través de dos vidas paralelas

Seis años después del comienzo del conflicto en Siria, más de cuatro millones de personas se han convertido en refugiadas, han abandonado sus casas y han buscado refugio en países vecinos como Libano, Jordania, Irak, Turquía y Egipto. No tienen esperanzas de volver a casa en un futuro próximo y tienen escasas oportunidades de reiniciar sus vidas en el exilio. En colaboración con el Comité Español de ACNUR, 12 Meses participó en la producción y difusión de 'La niña bonita', un documental sobre la crisis de los refugiados sirios a través de la historia de dos adolescentes marcadas por el éxodo de la guerra y la violencia. 'La niña bonita', primer trabajo en el género documental de la realizadora Julieta Cherep, parte de dos historias paralelas: la de la familia de Hala, una joven siria refugiada en el norte de Grecia, y la de la propia Julieta, cuya madre, la periodista Mirta Drago, directora de Comunicación y Relaciones Externas de Mediaset España, vivió en la década de los 70 junto a sus padres y hermanos el drama del desarraigo bajo las distintas dictaduras que asolaron Chile y Argentina.

'QUEREMOS QUE TE CUIDES' INCIDIÓ EN CUATRO ASPECTOS BÁSICOS EN LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER: DIAGNÓSTICO PRECOZ, FACTOR HEREDITARIO, EJERCICIO FÍSICO Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE.

## LA NIÑA BONITA

35.279

VISUALIZACIONES

[www.laniñabonitadocumental.com](http://www.laniñabonitadocumental.com)

**'QUEREMOS QUE TE CUIDES' INCIDIÓ EN CUATRO ASPECTOS BÁSICOS EN LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER: DIAGNÓSTICO PRECOZ, FACTOR HEREDITARIO, EJERCICIO FÍSICO Y ALIMENTACIÓN SALUDABLE.**

## Alianza de Mediaset España con el Comité de Emergencia

'Juntos salvamos más vidas'. Así se define el Comité de Emergencia, suma de seis grandes ONG internacionales (Acción contra el Hambre, Acnur, Médicos del Mundo, Oxfam, Plan Internacional y World Vision) cuyo objetivo es conseguir ayuda de forma rápida y efectiva en situaciones de emergencias humanitarias. Como medio de comunicación, Mediaset España se ha convertido en el altavoz para amplificar el mensaje de ayuda urgente lanzado por estas ONG y así solicitar la solidaridad de los espectadores con el fin de generar recursos y paliar los efectos de la tragedia en el menor tiempo posible.

## Madwomenfest, artistas unidos contra la violencia de género

Fiel a su histórica lucha contra la violencia de género a través de campañas sociales de 12 Meses como 'Doy la cara' o 'Con la trata no hay trato', Mediaset España se suma como mediapartner al Madwomen Fest, primer evento internacional de la música y la cultura cuyo objetivo es sensibilizar a la sociedad a favor de la igualdad y contra la violencia de género. Promovido por la soprano y compositora española Pilar Jurado, Madwomen Fest contó con una amplia oferta de actividades culturales coronadas por la celebración de un concierto, celebrado el pasado 26 de octubre, que contó con importantes figuras de la música, como Sole Giménez, David Demaría, Soraya o Diego Martín. Por su parte, Ana Rosa Quintana, Javier Ruiz o Carme Chaparro fueron algunos de los rostros de Mediaset España que se sumaron a esta causa.

## La lucha contra las enfermedades raras a través de la Fundación Querer

Promover la investigación de las enfermedades raras ha sido otro de los objetivos de 12 Meses en 2017. Para lograrlo, se ha unido a la Fundación Querer, institución sin ánimo de lucro presidida por la periodista Pilar García de la Granja que día a día lucha por mejorar la vida de miles de niños que padecen este tipo de enfermedades. La Fundación ha iniciado el pasado año su proyecto más ambicioso: el cole de Celia y Pepe, una campaña que 12 Meses ha hecho suya poniendo el foco en la importancia de crear un centro especializado para la educación de niños con enfermedades neurológicas que les imposibilitan acudir a un centro escolar ordinario. Toda la campaña se alberga en la web de 12 Meses y ha contado con amplia difusión a través de las redes sociales.

**LA LUCHA CONTRA LAS ENFERMEDADES RARAS**

**448**  
**PASES**



# CUMPLIMIENTO DEL PACTO MUNDIAL



## DERECHOS HUMANOS

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión de Contenidos
- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión de Contenidos
- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores



## NORMAS LABORALES

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Gestión del Equipo Humano
- Gestión de la Cadena de Proveedores



## MEDIO AMBIENTE

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Desempeño Ambiental

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Desempeño Ambiental

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Desempeño Ambiental



## ANTICORRUPCIÓN

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

**Gestión de Mediaset España:**

- Sistema de Gestión de Riesgos



Pacto Mundial  
Red Española

# COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es la nueva agenda internacional que desgrena los objetivos de la comunidad internacional en el periodo 2016-2030 para erradicar la pobreza y favorecer un desarrollo sostenible e igualitario. Ha sido redactada en un proceso de consulta internacional coordinado por las Naciones Unidas que comenzó en 2012 y finalizó en septiembre de 2015 con su anuncio formal en la Asamblea de las Naciones Unidas y Unidas, en el que han participado e involucra a los estados, las empresas, organizaciones del tercer sector de todos los países del mundo y a todos sus ciudadanos.

Esta Agenda está compuesta por 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y sus 169 metas para alcanzarlos, a través de los cuales se aborda de forma más comprensiva y equilibrada las tres dimensiones del desarrollo sostenible.



Configura así una agenda global para afrontar y poner solución a los problemas más acuciantes de nuestro planeta: lograr erradicar la pobreza, extender el acceso a los derechos humanos, lograr un desarrollo económico global sostenible y respetuoso con el planeta y los recursos que ofrece. Cada Gobierno debe definir su hoja de ruta referida a la Agenda 2030, en función de su realidad social, económica y medioambiental.



## Mediaset España y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



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

# DESEMPEÑO AMBIENTAL

MEDIASET ESPAÑA IMPULSA MEDIDAS QUE CONTRIBUYEN A GESTIONAR Y MINIMIZAR EL IMPACTO AMBIENTAL DE SU ACTIVIDAD, ASÍ COMO A LUCHAR CONTRA EL CALENTAMIENTO GLOBAL DEL PLANETA.

Si bien Mediaset España no desempeña actividades consideradas intensivas en el uso de recursos naturales o de impacto ambiental significativo, adquiere el compromiso de desempeñar su actividad de manera sostenible con el medio ambiente, impulsando medidas destinadas a minimizar su impacto ambiental. Todo ello, enmarcado en su política Medioambiental.

Por otra parte, la compañía aprovecha la capacidad de impacto de sus cadenas y plataformas de internet para difundir y concienciar a su audiencia sobre el cuidado del medio ambiente, ampliando de esta forma su compromiso más allá del desarrollo de su actividad. Esta importante labor se encuentra reflejada en el apartado “Entretenimiento, información y contenido social” de este informe.

En este contexto, en lo que respecta al desempeño interno de su actividad, la compañía trabaja año tras año por **reducir el consumo de recursos naturales y gestionar de forma responsable los residuos** que genera. Además, concienciada con la problemática del calentamiento global y el cambio climático, Mediaset España **calcula las emisiones de gases de efecto invernadero** derivadas de su actividad, con el firme propósito de lograr paulatinamente su reducción.

Las principales instalaciones de la compañía son las oficinas y estudios de Fuencarral y Villaviciosa, situadas en Madrid, donde se concentra más del 96% de la plantilla y se llevan a cabo las actividades con mayor intensidad en el uso de recursos naturales. En particular, las instalaciones de Fuencarral son las más representativas, con una afluencia diaria de aproximadamente 2.200 personas en 2017.

En cuanto a las producciones desarrolladas más allá de las instalaciones de Mediaset España, las productoras tienen en cuenta una serie de condiciones para garantizar que las mismas se llevan a cabo de una forma sostenible. Entre otros aspectos, la compañía procura que se traslade el menor número de personas posible, que se utilicen medios de transporte colectivo menos contaminantes y que se tomen las medidas necesarias para preservar los hábitats naturales y la biodiversidad donde se lleven a cabo las producciones.

## Economía circular

Desde 2009 se realiza anualmente un mercadillo con la ropa adquirida o en cesión para su utilización por parte de los presentadores en los programas de Mediaset España, o para su uso en series producidas por la compañía y que no tendrán más uso.



PRENDAS INVENTARIADAS EN 2017

2.369

PRENDAS VENDIDAS A LOS TRABAJADORES

1.662

PRENDAS ADQUIRIDAS POR LA EMPRESA ORGANIZADORA DEL MERCADILLO

172

PRENDAS DONADAS A CARITAS

535

## Producciones en entornos naturales

Durante 2017, se han llevado a cabo varios programas de producción propia en entornos naturales que han generado contenidos para distintos canales de Mediaset España. En todo momento se ha actuado con el mayor respeto al entorno y siguiendo no sólo la legislación aplicable, sino también las pautas y recomendaciones de las autoridades locales, así como las directrices de respeto medioambiental marcadas por Mediaset España.

Durante la cuarta temporada de **“Los Gipsy Kings”**, la producción viajó a diferentes países de diferentes continentes donde se desarrollaron diversas grabaciones para el contenido del formato. En estas localizaciones se actuó con un escrupuloso respeto por el medio ambiente y siguiendo las indicaciones de las autoridades locales. Se respetaron en todo momento los límites geográficos establecidos y se estableció un método de trabajo encaminado a no alterar el entorno.

Todas las grabaciones de **“Planeta Calleja”** se han realizado con un equipo pequeño y con máximo respeto a la biodiversidad, siguiendo minuciosamente las indicaciones de las autoridades locales. De forma particular destaca la inmersión de submarinismo llevada a cabo en Jordania, que se realizó siguiendo todos los protocolos de protección de la vida marina. Del mismo modo se procedió en Sudáfrica, donde el equipo buceó en una colonia de leones marinos y con tiburones.

Durante las grabaciones de **“Volando voy”** se cumplieron fielmente todos los requisitos exigidos para las mismas, respetando la normativa de cada parque o espacio protegido donde tuvieron lugar. El uso del helicóptero en estos espacios lleva asociado un protocolo de actuación con el que se evita invadir zonas donde haya animales anidando, así como volar por debajo de los límites marcados y en ningún momento se ingresa en zonas cerradas al tráfico aéreo.

Todas las acciones de **“Espíritu Salvaje”** se llevaron a cabo siguiendo las más estrictas normas dictadas por cada país en cuanto a los cuidados de parques naturales, reservas o zonas protegidas visitadas. Se contó con todos los permisos oficiales requeridos para su visita y grabación. Además, la familia viaja sola, sin grandes equipos sofisticados, y adaptándose a cada entorno.

Por último, el reality de aventura **Supervivientes** se lleva a cabo en Honduras desde el año 2006 y pretende la integración de los participantes con la naturaleza durante tres meses. En ninguna de las ediciones del concurso se ha producido impacto de destrucción ambiental, por la propia filosofía del programa, el compromiso de todos los miembros del equipo y concursantes en beneficio de la conservación del medio ambiente, así como el estricto cumplimiento de las leyes medioambientales. Todo esto otorga a Mediaset España la confianza por parte de las instituciones públicas para seguir realizando, año tras año, el concurso en los entornos naturales del país.

La edición del reality desarrollada en 2017 ha contado además con el dispositivo técnico más avanzado no sólo para garantizar la seguridad de los participantes y trabajadores del programa, sino también para controlar los impactos sobre el territorio en el que se desarrolla. En coordinación con el gobierno de Honduras, se ha desarrollado un plan de actuación sobre los posibles impactos en el entorno natural.

Durante el desarrollo del programa se orienta a los concursantes para que cumplan con las directrices para la protección y conservación del entorno natural, priorizando el empleo de artículos biodegradables. Los materiales que no lo son se retiran, y en ningún momento se realiza quema de residuos, así como tampoco se utilizan combustibles líquidos.

En su producción también se ha cumplido con la normativa de Diversidad Biológica para preservar las especies que cohabitan en las zonas naturales donde se ha llevado a cabo el programa, siempre en colaboración con la Institución de la Fundación de Honduras.

EN TODO MOMENTO SE HA ACTUADO CON EL MAYOR RESPETO AL ENTORNO Y SIGUIENDO NO SÓLO LA LEGISLACIÓN APLICABLE, SINO TAMBIÉN LAS PAUTAS Y RECOMENDACIONES DE LAS AUTORIDADES LOCALES, ASÍ COMO LAS DIRECTRICES DE RESPETO MEDIOAMBIENTAL MARCADAS POR MEDIASET ESPAÑA.

## Consumos



AGUA (M<sup>3</sup>) (1)

**28.662**

2016: 26.282  
2015: 29.858

**+9,06%**  
VS. 2016



ELECTRICIDAD (GJ) (1)

**63.919**

2016: 63.256  
2015: 62.711

**+1,05%**  
VS. 2016



GASÓLEO (GJ) (1)

**76**

2016: 79  
2015: 43

**-3,01%**  
VS. 2016



GAS NATURAL (GJ) (1)

**4.638**

2016: 4.527  
2015: 4.044

**+2,46%**  
VS. 2016



PAPEL (KG) (2)

**17.567**

2016: 19.075  
2015: 17.766

**-7,90%**  
VS. 2016



PILAS/BATERÍAS (KG) (1)

**2.247**

2016: 2.561  
2015: 2.757

**-12,26%**  
VS. 2016



TÓNERS (UNIDADES) (2)

**1.121**

2016: 941  
2015: 951

**+19,13%**  
VS. 2016



DISCOS (KG) (1)

**1.734**

2016: 1.325  
2015: 2.622

**+30,87%**  
VS. 2016

Leyenda: m<sup>3</sup>=metros cúbicos; GJ=Gigajulios; kg=kilogramos

(1) Corresponde a las sedes de Fuencarral y Villaviciosa en Madrid, donde se concentra el 96,23% de la plantilla y todas las actividades vinculadas a la producción audiovisual.

(2) Corresponde a todos los centros de trabajo en España.

## INTENSIDAD ENERGÉTICA 2017

# 2,6

GJ/HR GRABACIÓN

63.919 Consumo energético (electricidad)

24.308 hr. de grabación en estudios

LAS INVERSIONES REALIZADAS EN 2017 PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA COMPAÑÍA HAN SUPUESTO UN AHORRO ENERGÉTICO GLOBAL ESTIMADO DE 86 GJ.

Durante 2017 tuvo lugar una nueva **auditoría energética**, esta vez en las instalaciones de Mediaset España en Villaviciosa de Odón. Por otra parte, durante este año se han puesto en marcha -y algunas han finalizado- las medidas derivadas de la auditoría energética llevada a cabo en 2016, centradas principalmente en el ahorro energético en las instalaciones de la compañía y en la sensibilización de los trabajadores. En este sentido, se han realizado campañas durante el año para promover el ahorro energético y se han adoptado también medidas de afectación individual, como la incorporación de mejoras en la configuración del salvapantallas en el ordenador.

Mediaset España ha dado continuidad durante el año al **Plan de Gestión Optimizada de la Energía**, iniciado en años anteriores, dentro del marco de la mejora de la gestión y el control de costes. El principal consumo eléctrico de sus instalaciones corresponde a los equipos técnicos de estudios, incluyendo los equipos de grabación, emisión y postproducción, así como los equipos informáticos y climatización de salas informáticas. Debido a esto, el plan contempla entre otras medidas, la refrigeración equilibrada de sets de grabación, limitando para ello 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.

Por otra parte, dentro del **Plan de Renovación del Alumbrado** de las instalaciones, la compañía ha continuado la sustitución de luminarias y aparatos de iluminación por otros más eficientes y de menor consumo, principalmente pantallas LED, tanto en decorados como en oficinas. Además, en el marco del **Proyecto de sustitución de R22** también se han reemplazado 16 máquinas de climatización por otras de mejor rendimiento y menor consumo eléctrico que, a su vez, incorporan gases CFC más respetuosos con el medio ambiente.

A su vez, se ha ampliado la **instalación de láminas solares** en más de 41 m<sup>2</sup> de cristales de la fachada de distintas dependencias, como reflejo del compromiso por la eficiencia energética de la compañía y con el correspondiente impacto positivo de reducción en las demandas de refrigeración, habiéndose instalado desde 2016, 61,81 m<sup>2</sup>. Por otra parte, en la sede de Fuencarral se cuenta con 48 paneles solares instalados, los que producen una energía estimada de 38,5 kWh al año.

En cuanto al diseño de escenografías y decorados, en 2017 se ha continuado promoviendo la máxima reutilización de los decorados y la tendencia de diseñar la iluminación de los decorados utilizando luminarias LED.

En conjunto, las inversiones realizadas en 2017 para mejorar el impacto ambiental de la compañía, desde el punto de vista del equipamiento o las instalaciones, han supuesto un **ahorro energético estimado global de 86 GJ y un coste de más de 359.000€**. Todas las medidas establecidas para la contención y eficiencia de los consumos energéticos han resultado en unos ahorros importantes en términos de coste de los

## Campañas de sensibilización ambiental interna



## EL CONSUMO DE PAPEL SE HA VISTO REDUCIDO DURANTE EL EJERCICIO Y SE SITÚA POR DEBAJO DE LOS NIVELES REGISTRADOS EN EL ÚLTIMO QUINQUENIO.

consumos eléctricos y de gas natural, a pesar del ligero aumento en el cómputo global de éstos (1,05% y 2,46% respectivamente), debido al incremento de más del 4% en las horas de programación de todos los canales del Grupo y de casi un 12 % en las horas de actividad de los estudios de grabación en el año. Este incremento se ha producido en el marco de una mayor realización de programas en los estudios propios y utilizando los equipamientos punteros propios de la compañía.

El **consumo de gasóleo**, al igual que el año anterior, ha correspondido a su utilización en el arranque de máquinas en revisiones preventivas de mantenimiento y por tanto, su variación no puede estar supeditada a pautas de ahorros.

Por su parte, se ha producido un aumento en el **consumo de discos** con respecto a 2016, justificado por el incremento de horas de producción, manteniéndose sin embargo, la tendencia de reducción sostenida durante los últimos años.

La gestión de los discos se encuentra estipulada mediante procedimientos internos, apostándose por el fomento de la reutilización. Desde que se produjera la migración de BETACAM a XDCAM en 2008, se han dejado de utilizar cintas para utilizar el disco óptico. En Informativos, los discos de las grabaciones de los programas se reciclan cada 15 días y en lo que respecta a los operadores de cámara, cada uno tiene una dotación de 10 discos que debe salvaguardar y reutilizar, y sólo admiten cambio por motivo de fallo o rotura, siempre mediante entrega del disco en cuestión y previa revisión de la División. Excepcionalmente, se entregan discos a clientes que no tienen retorno.

Por su parte, en la grabación de los programas se utilizan discos para grabar los Máster y las Copias de Seguridad. Una vez que pasan a la Videoteca para su archivado en el Archivo Digital, estos discos se devuelven al Almacén Técnico para su formateado y reutilización. Si un programa necesita un número adicional de discos, éstos se entregan al inicio del programa y se devuelven al Almacén Técnico para su reciclado una vez deja de emitirse la temporada o el programa en cuestión.

En lo que respecta al intercambio de contenidos entre los distintos departamentos de la División de Antena, así como entre éstos y las productoras externas, la compañía continúa impulsando el uso de medios menos contaminantes para compartir y almacenar datos, tales

como los sitios web de almacenamiento o el uso de almacenamiento común en red, aplicando las medidas de seguridad establecidas para garantizar el adecuado cumplimiento de la legislación y normas internas vigentes.

Por su parte, el **consumo de papel** se ha visto reducido durante el ejercicio y se sitúa por debajo de los niveles registrados en el último quinquenio. Este dato refleja el compromiso de Mediaset España por el uso eficiente de los recursos naturales y la optimización del stock.

Por último, el **consumo de agua** se ha visto incrementado ligeramente durante 2017, debido fundamentalmente al incremento de la actividad en términos de horas de producción. A pesar de esto la tendencia se mantiene a la baja respecto a años anteriores. La compañía ha lanzado durante 2017 una campaña interna sobre el uso eficiente del agua, con el objetivo de concienciar sobre la necesidad de ser eficientes en el consumo de este recurso natural.

## Campaña del uso eficiente del agua

# Uso eficiente del agua

En el trabajo y en casa

**No utilices el WC como cubo de basura**  
Ahorrarás de 6 a 12 litros cada vez

**Cierra el grifo mientras te cepillas los dientes**  
Ahorrarás 12 litros al minuto

**Una gota por segundo se convierte en 30 litros al día**  
Aproximadamente el 10% del consumo medio diario

**Dúchate en vez de bañarte y cierra el grifo mientras te enjabonas**  
Ahorrarás una media de 150 litros cada vez

**Llena un recipiente mientras esperas a que salga agua caliente**  
Recogerás de 15 a 25 litros minuto

**Utiliza la lavadora y el lavavajillas cc carga máxima y programa adecuado**  
Consumes un 40% más de agua si lavas a r

TODA LA  
ELECTRICIDAD  
CONSUMIDA  
DURANTE EL  
AÑO PROVIENE  
EXCLUSIVAMENTE  
DE FUENTES 100%  
RENOVABLES

## Emisiones de gases contaminantes

En el marco de una gestión sostenible y del compromiso con la lucha contra el calentamiento global, Mediaset España identifica, mide y gestiona las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que genera con su actividad y establece las medidas de reducción apropiadas.

La compañía hace pública dicha información, demostrando su grado de concienciación y transparencia en este ámbito. Este compromiso de transparencia se refleja en el reporte anual de información que, desde 2009, conlleva la participación de Mediaset España en la iniciativa **Carbon Disclosure Project**, habiendo obtenido en 2017 la valoración B, valoración alcanzada por el 44% de las compañías con mejores resultados del sector.

### Inventario de emisiones GHG (en toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente)

#### Alcance 1: Emisiones directas

EQUIPOS PROPIOS O CONTROLADOS <sup>1</sup>	FLOTA DE VEHÍCULOS	CLIMATIZACIÓN Y RECARGAS GASES REFRIGERANTES <sup>10</sup>
<b>266,63</b>	<b>446,18</b>	<b>565,43</b>
2016: 260,61 2015: 230,76	2016: 584,15 2015: 581,95	2016: S/D 2015: S/D

**TOTAL: 1.278,24**

#### Alcance 2: Emisiones indirectas

ELECTRICIDAD <sup>2</sup>
<b>0,000</b>
2016: - 2015: 5.319,17

**TOTAL: 0,00000**

#### Alcance 3: Emisiones indirectas

VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE AÉREO <sup>3</sup>	VIAJES DE NEGOCIOS EN TRANSPORTE FERROVIARIO <sup>4</sup>	DESPLAZAMIENTOS DE PLANTILLA IN-ITINERE <sup>4,5,6</sup>	VIAJES DE NEGOCIOS- ESTANCIA EN HOTELES <sup>7</sup>	OTRAS EMISIONES (UPSTREAM) <sup>8</sup>	OTRAS EMISIONES (DOWNSTREAM) <sup>9</sup>
<b>400,06</b>	<b>25</b>	<b>1.335,16</b>	<b>587,62</b>	<b>104.786,68</b>	<b>75.820,2</b>
2016: 517,05 2015: 522,30	2016: 55,76 2015: 82,04	2016: 1.508,44 2015: 1.414,71	2016: 528,36 2015: S/D	2016: 174.553,28 2015: S/D	2016: 88.646,69 2015: S/D

**TOTAL: 182.955**

1) GHG emissions from stationary combustion- Calculation Tool (May 2015), Greenhouse Gas Protocol.

2) En 2017 toda la electricidad consumida fue generada por fuentes 100% renovables, de acuerdo con la garantía de origen de Iberdrola (primer semestre) y de Endesa (segundo semestre).

3) Datos proporcionados por las agencias de viaje con las que ha operado la compañía, utilizando la calculadora de emisiones de National Energy Foundation.

4) GHG emissions from transport or mobile sources- Calculation Tool (May 2015), Greenhouse Gas Protocol.

5) Ruta en autobús para empleados.

6) Desde 2016 incluye las emisiones asociadas a los desplazamientos en taxi.

7) Desde 2016 se estiman las emisiones asociadas a las estancias en hotelería.

8) Incluye las emisiones upstream más relevantes fuera de la organización, calculadas de acuerdo a las categorías de alcance 3 del GHG Protocol. Las principales emisiones en 2017 han correspondido a las emisiones asociadas a las actividades de compra de bienes y servicios.

9) Incluye las emisiones downstream más relevantes fuera de la organización, calculadas de acuerdo con las categorías de alcance 3 del GHG Protocol. Las principales emisiones en 2017 han sido las correspondientes al uso de los productos de Mediaset España y a las inversiones realizadas.

10) Desde 2017 se registran las emisiones asociadas al impacto ambiental generado por posibles fugas a la atmósfera, de gases refrigerantes.

## SOx

0,257

2015: 14,486  
2016: 0,256

## NOx

2,140

2015: 7,762  
2016: 0,455

## PARTÍCULAS

0,165

2015: 0,598  
2016: 0,015

## CO

7,101

2015: 2,885  
2016: 0,165

## COVNM

0,801

2015: 0,057  
2016: 0,013

Nota: Los datos de emisiones de NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire son los correspondientes a los consumos directos de energía (calderas), del combustible utilizado en los vehículos de flota y de la electricidad consumida.

En dicho reporte, Mediaset España informa detalladamente sobre las mediciones, compromisos y evolución de las medidas implantadas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Desde 2016, con el objetivo de conocer y gestionar mejor la totalidad de los impactos ambientales generados, Mediaset España amplió el cálculo de su huella de carbono, incorporando en las mediciones todas las categorías que componen el Alcance 3, e incluyendo por tanto las emisiones que se producen de forma indirecta en su cadena de valor.

Entre las medidas más relevantes para reducir las emisiones, cabe destacar que la compañía contrata energía eléctrica con certificado de Garantía de Origen por parte del proveedor, por medio del cual se avala que **toda la electricidad consumida durante el año proviene exclusivamente de fuentes 100% renovables**, que respetan el medio ambiente y evitan las emisiones de CO<sub>2</sub> y otros gases contaminantes.

A su vez, el Grupo ofrece a sus trabajadores en Madrid un servicio de autobuses que conecta las instalaciones de la compañía con estaciones de Cercanías y de Metro, en un amplio abanico horario, como forma de incentivar un mayor uso de los medios de transporte colectivos y contribuir de ese modo a limitar las emisiones atmosféricas de gases contaminantes derivadas del commuting.

INTENSIDAD DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO 2017

3

TN CO<sub>2</sub>/HR PROGRAMACIÓN184.233 Emisiones de CO<sub>2</sub>

61.320 Hrs. de programación



EN EL ÁMBITO DE LAS OFICINAS, DESPACHOS Y DEMÁS INSTALACIONES, SE DISPONE DE CONTENEDORES ESPECÍFICOS PARA EL DEPÓSITO DIFERENCIADO POR PARTE DE LOS TRABAJADORES. DE ESTE MODO SE SEGREGAN Y GESTIONAN POR SEPARADO, EL PAPEL LAS PILAS Y BATERÍAS, LAS CINTAS Y LOS ENVASES.

## Residuos

Mediaset España genera residuos en el transcurso normal de su actividad, tanto por las actividades de producción audiovisual como por la actividad de oficina o el comedor para sus empleados.

En 2017, todos los residuos generados se han gestionado adecuadamente, dando preferencia al reciclado en los casos en los que la normativa lo ha permitido. En cumplimiento de la normativa reguladora de residuos peligrosos y no peligrosos, la compañía entrega los residuos en condiciones adecuadas a un **gestor autorizado**, y dispone de un registro de seguimiento tanto de cantidad entregada como de gestión final de los residuos.

Los **residuos de aparatos eléctricos y electrónicos** se gestionan a través del almacén técnico. Todo el equipamiento técnico es adquirido

bajo normativa RoHS (Directiva 2002/95/CE, Restriction of Hazardous Substances Directive, traspuesta al ordenamiento español mediante el Real Decreto 208/2005), 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 por el proceso de renovación a consecuencia de la obsolescencia técnica prevista o sobrevenida.

La mayoría de los **residuos orgánicos** se generan en la zona de cafetería-comedor y es el personal de esta dependencia quien segrega los mismos según su destino (orgánicos, envases plásticos o vidrio).

En el ámbito de las oficinas, 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.

## Gestores por tipo de residuos



- EQUIPOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS  
-----  
RECYBERICA



- LÁMPARAS Y FLUORESCENTES UTILIZADOS  
-----  
ASOCIACIÓN AMBILAMP



- DECORADOS (HIERROS, ACERO Y VIDRIO QUE NO SERÁN REUTILIZADOS EN OTROS MONTAJES)  
-----  
ACICLA



- PAPEL, PILAS Y MEDIOS DIGITALES  
-----  
REISSWOLF  
ECO-SHREDDER



- RESIDUOS BIOSANITARIOS DEL SERVICIO MÉDICO  
----  
SRCL CONSENSUR



- CARTUCHOS DE TÓNER,  
-----  
A TRAVÉS DEL PROVEEDOR SERVICIO DE IMPRESIÓN DE PAGO. TEICO

## Residuos generados



**45,59**

2016: 32,52  
2015: S/D

**+40%**  
VS. 2016



**448,2**

2016: 316  
2015: 486

**+42%**  
VS. 2016



**5.556**

2016: 15.159  
2015: 22.420

**-63%**  
VS. 2016



**734**

2016: 0  
2015: 93

**+100%**  
VS. 2016



**353**

2016: 369,1  
2015: S/D

**-4%**  
VS. 2016



**PAPEL (KG)**

**74.660**

2016: 90.200  
2015: 86.960

**-18%**  
VS. 2016



**PILAS/BATERÍAS (KG) (1)**

**1.790**

2016: 3.000  
2015: 2.200

**-40%**  
VS. 2016



**TÓNERS (UNIDADES) (2)**

**508**

2016: 475  
2015: S/D

**+7%**  
VS. 2016



**DISCOS (KG)**

**6.440**

2016: 11.010  
2015: 14.255

**+7%**  
VS. 2016



**ACERO Y HIERRO (KG)**

**8.155**

2016: 6.630  
2015: 0

**+23%**  
VS. 2016



**VIDRIOS (KG)**

**0**

2016: 800  
2015: 0

**-100%**  
VS. 2016

Alcance: Grupo Mediaset España, sedes de Fuencarral y Villaviciosa, que es donde se produce la mayor actividad del Grupo, excepto para la estimación de los RSU generados, que se ha tenido en cuenta a toda la plantilla del Grupo.

Las sedes situadas fuera de Madrid sólo tienen actividad de oficina y no se lleva un registro de los residuos de oficina generados, dada su escasa magnitud.

SD= sin dato

(1) Durante 2016 no se recogieron residuos de aceites, combustibles o pinturas. En 2017 sí se recogieron residuos de pintura provenientes de actividades de mantenimiento.

(2) A partir de 2016 se incorpora una estimación de los residuos sólidos urbanos generados por persona, teniendo en cuenta a toda la plantilla del Grupo y las actividades de restauración llevadas a cabo en la sede de Fuencarral.



Residuos peligrosos



Residuos no peligrosos



# ACERCA

## DE ESTE INFORME

MEDIASET *españa.*



# ACERCA DE ESTE INFORME

**CON ESTE INFORME SE PRETENDE INFORMAR SOBRE EL DESEMPEÑO ECONÓMICO, SOCIAL, ÉTICO Y AMBIENTAL DEL GRUPO MEDIASET ESPAÑA Y LA GESTIÓN INTEGRADA DE ESTOS ÁMBITOS EN SU MODELO DE NEGOCIO.**

## Alcance

Desde 2005 Mediaset España publica su Informe Anual Corporativo (anteriormente: Informe de Responsabilidad Corporativa), cuya verificación lleva a cabo, desde 2009, un auditor externo independiente. Con este Informe se pretende informar sobre el desempeño económico, social, ético y ambiental del Grupo Mediaset España y la gestión integrada de estos ámbitos en su modelo de negocio, durante el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2017.

El alcance del presente Informe se circunscribe al Grupo Mediaset España por consolidación global (ver pág.14), haciéndose referencia a éste como Mediaset España o Grupo Mediaset España indistintamente. En el caso de que la información tuviese un alcance distinto del citado, se explica el mismo mediante nota aclaratoria.

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 de la manera más exacta posible, la información requerida.

Al igual que en ediciones anteriores, 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 de Mediaset España: <https://www.mediaset.es/inversores/es/>, disponible en castellano e inglés.

## Estándares Internacionales

El presente Informe Anual Corporativo ha sido elaborado siguiendo las directrices para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative, versión G4 y el suplemento sectorial para Medios.

De acuerdo con la autoevaluación realizada por Mediaset España y verificada externamente, el informe cubre los requisitos asociados a la opción exhaustiva “de conformidad” con la Guía G4, lo cual implica que sigue las directrices de la Guía GRI G4 para el reporte de todos los indicadores básicos generales, así como de los enfoques de gestión, los indicadores básicos específicos y los del suplemento sectorial media, asociados a los aspectos materiales identificados.

Dado que este Informe sirve a la compañía para dar respuesta a los requerimientos de información de diversas iniciativas a las cuales reporta, Mediaset España responde todos los indicadores GRI y no sólo los indicadores considerados materiales, detallándose dicha información en el Cuadro de Indicadores GRI.

A su vez, desde hace 4 años Mediaset España alinea su Informe a las recomendaciones del Marco Internacional de Reporting Integrado, del International Integrated Reporting Council (Marco <IR>) siendo pionera en el sector en adoptar dichas tendencias en materia de reporting. En 2017, a partir de la autoevaluación realizada, Mediaset España considera que su Informe sigue adecuadamente los requerimientos del Marco <IR> y por tanto, presenta de forma cohesionada y eficiente su creación de valor a lo largo del tiempo.

## Proceso de elaboración del Informe

Los contenidos del presente Informe han sido definidos a partir del análisis de materialidad llevado a cabo en el ejercicio 2017 y los requerimientos de información de las iniciativas a las que Mediaset España se adhiere. Al igual que en ediciones anteriores, el proceso ha sido coordinado por la Dirección General Corporativa y ha contado con la participación de las diversas áreas de la organización:

División de Antena, Dirección de Auditoría Interna, Dirección de Asesoría Jurídica, División de Cine y Adquisición Derechos, División de Comunicación y Relaciones Externas, División Económico-Financiera, División de Informativos, División de Desarrollo Corporativo, Dirección Multiplataforma, División de Producción Contenidos, División de RR.HH y Servicios, Dirección de Relaciones con Inversores, Dirección de Relaciones Institucionales, División de Tecnologías, así como la Dirección de Operaciones, Servicios y Ventas de Publiespaña.

## Análisis de materialidad

En 2017, la Dirección General Corporativa identificó un listado de asuntos relevantes a partir del análisis de la normativa vigente<sup>1</sup> y los asuntos relevantes identificados por los estándares de sostenibilidad, los grupos de trabajo sectoriales en los que participa y los temas relevantes para la sociedad española y la audiencia. Posteriormente, sometió dichos asuntos a la valoración de todos los directivos de la compañía, a efectos de valorar la influencia de los mismos en el desarrollo y éxito del negocio. Por otra parte, se incorporaron las valoraciones que inversores, analistas en sostenibilidad y competidores dan a los asuntos relevantes identificados.



El resultado de dichas valoraciones conjuntas ha dado lugar a la siguiente matriz de materialidad, que indica el grado de relevancia de los temas planteados tanto para los grupos de interés contemplados en el proceso de consulta, como para Mediaset España, desde una perspectiva de sostenibilidad y de negocio.

1. En noviembre de 2017 se ha aprobado la trasposición de la Directiva Europea sobre la divulgación de información no financiera y diversidad (Directiva 2014/95/UE), reflejado en el Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre.



Tema relevante	Grupo de interés afectado	Cómo da respuesta el Grupo Mediaset España	Indicador GRI G4
1 Equilibrio financiero		Resultado Económico-financiero Fiscalidad	G4-9, EC1, EC2, EC3, EC4
2 Transparencia		Modelo degobierno Modelo de negocio Acerca de este informe	G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, PR3, PR4, PR5
3 Inversión en tecnología		Principales indicadores de desempeño Otros indicadores de desempeño Contexto de negocio Ciberseguridad Desempeño ambiental	EC7, EC8
4 Innovación		Contexto de negocio Gestión de los contenidos en internet	EC1, EC2, EC3, EC4, EC7, EC8
5 Desarrollo de nuevos mercados		Contexto de negocio	G4-8
6 Ciberseguridad		Ciberseguridad	-
7 Propiedad intelectual/ derechos de autor		Gestión de contenidos	HR1, HR2, HR9, HR12
8 Cambios en el entorno regulatorio		Contexto de Negocio Sistema de Gestion de Riesgos Gestión de Contenidos Gestión de la Publicidad Participación en el desarrollo de Políticas Públicas Protección de Datos	G4-2, PR6, PR7, PR8, PR9, SO8, EN29
9 Fiscalidad		Transparencia Fiscal	EC1, EC2, EC3, EC4
10 Adecuada calificación de programas		Contexto de Negocio Gestión de Contenidos Códigos de Autoregulación y Guías del sector	M2, M3, PR1, PR2, PR3, PR4, PR5, PR9
11 Publicidad encubierta		Gestión de la Publicidad	PR6, PR7
12 Publicidad engañosa		Gestión de la Publicidad	PR1, PR2, PR6, PR7
13 Protección de datos personales		Protección de Datos	PR8
14 Estabilidad en el empleo		Gestión del Equipo Humano Relación con los empleados	G4-10, LA1, LA2, LA3, LA4, LA16
15 Libertad de asociación		Relación con los empleados	G4-11, HR4, HR12
16 No discriminación en el entorno laboral		Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades	LA12, HR3
17 Igualdad de oportunidades		Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades Beneficios sociales y medidas de conciliación	LA12, LA13
18 Diversidad de género		Gestión del Equipo Humano Igualdad de oportunidades	LA12, LA13
19 Reconocimiento y retención del talento		Gestión del Equipo Humano Evaluación del desempeño	LA9, LA10, LA11



EMPLEADOS

ARTISTAS Y PROFESIONALES  
DEL SECTOR

ACCIONISTAS



ANUNCIANTES



AUDIENCIA



PROVEEDORES



SINDICATOS



COMPETENCIA



ADMINISTRACIÓN



ORGANIZACIONES SOCIALES



MERCADO LABORAL



COMUNIDAD

Tema relevante		Grupo de interés afectado	Cómo da respuesta el Grupo Mediaset España	Indicador GRI G4
20	Formación y desarrollo profesional		Gestión del Equipo Humano Formación y captación de nuevo talento Evaluación del desempeño	LA9, LA10, LA11
21	Seguridad y salud en el trabajo		Gestión del Equipo Humano Prevención de Riesgos Laborales	LA5, LA6, LA7, LA8
22	Conciliación de la vida familiar y laboral		Gestión del Equipo Humano Beneficios sociales y medidas de conciliación	LA1, LA2, LA3
23	Disposición de mecanismos de reclamación laborales		Gestión del Equipo Humano	LA16
24	Libertad de expresión		Gestión de los Contenidos Gestión del Equipo Humano	M2, M3, HR4, HR12
25	Accesibilidad de los contenidos		Accesibilidad de los contenidos	M4, M5, M7
26	No discriminación en los contenidos emitidos		Gestión de los contenidos Accesibilidad de los contenidos	M2, M3, M6
27	Privacidad de la vida personal		Gestión de Contenidos	M2, M3
28	Contenido adaptado		Gestión de Contenidos	G4-56, M2, M3, M6
29	Alfabetización mediática		Gestión de Contenidos	M7
30	Sensibilización social		Entretenimiento, información y compromiso social	M2, M3
31	Impacto climático		Desempeño Ambiental	EN15, EN16, EN17, EN18, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23, EN24, EN25, EN26
32	Consumo de recursos		Desempeño Ambiental	EN3, EN4, EN5, EN6, EN7
33	Evitar prácticas de competencia desleal		Gestión de Contenidos Gestión de la Publicidad	SO7
34	Evitar la corrupción		Sistema de Gestión de Riesgos	G4-34, G4-56, G4-58, SO3, SO4, SO5, SO6, M1
35	Ética en las comunicaciones		Gestión de la publicidad	G4-56, G4-57
36	Big Data		Protección de datos Gestión de contenidos en internet Gestión de la publicidad	G4- DMA (PROTECCIÓN DE DATOS)
37	Acción social			EC1, EC2, EC3, EC4
38	Compliance por parte de las productoras		Gestión de la Cadena de Proveedores	G412, LA14, LA15, LA16, HR1, HR2, HR4, HR5, HR6, HR10, HR11, HR12, SO9, SO10, SO11, EN32, EN33, EN34
39	Criterios sostenibles en la selección de proveedores		Gestión de la Cadena de Proveedores	SO9, SO10, EN32, EN33, LA14, LA15, HR10, HR11, EC9



EMPLEADOS



ARTISTAS Y PROFESIONALES DEL SECTOR



ACCIONISTAS



ANUNCIANTES



AUDIENCIA



PROVEEDORES



SINDICATOS



COMPETENCIA



ADMINISTRACIÓN



ORGANIZACIONES SOCIALES



MERCADO LABORAL



COMUNIDAD



## Diálogo

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  
rc@telecinco.es

## Verificación externa

Mediaset España ha mantenido la práctica de someter a verificación externa independiente, el presente Informe. Los contenidos revisados por parte de PriceWaterhouseCoopers, de acuerdo a la norma ISAE 3000 (revisada), se encuentran identificados en la Tabla de Contenidos GRI.



### INFORME DE ASEGURAMIENTO LIMITADO INDEPENDIENTE DE LOS INDICADORES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

A la Dirección de Mediaset España Comunicación, S.A.:

Hemos llevado a cabo un encargo de aseguramiento limitado de los indicadores de Responsabilidad Corporativa contenidos en la "Tabla de Indicadores GRI G4" del Informe Anual Corporativo 2017 (en adelante, "los indicadores de RC") de Mediaset España Comunicación, S.A. y sociedades dependientes, que componen el Grupo Mediaset España (en adelante, "Mediaset") correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2017, preparados conforme a los contenidos propuestos en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión G4 (en adelante, Guía GRI G4) y en el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación.

#### Responsabilidad de la Dirección de Mediaset

La Dirección de Mediaset es responsable de la preparación, del contenido y de la presentación del Informe Anual Corporativo, según la opción Exhaustiva "de conformidad" con la Guía GRI G4 y en el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación. Esta responsabilidad incluye el diseño, la implantación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para permitir que los indicadores de RC estén libres de incorrección material, debido a fraude o a error.

La Dirección de Mediaset es también responsable de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación de los indicadores de RC.

#### Nuestra Responsabilidad

Nuestra responsabilidad es emitir un informe de aseguramiento limitado basado en los procedimientos que hemos realizado y en las evidencias que hemos obtenido. Hemos realizado nuestro encargo de aseguramiento limitado de acuerdo con la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 (NIEA 3000) (Revisada), "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría y de la Revisión de Información Financiera Histórica", emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC).

El alcance de un encargo de aseguramiento limitado es sustancialmente inferior al de un encargo de aseguramiento razonable, y por lo tanto la seguridad proporcionada es también menor.

Los procedimientos que realizamos se basan en nuestro juicio profesional e incluyeron consultas, observación de procesos, inspección de documentación, procedimientos analíticos, y pruebas de revisión por muestreo que, con carácter general, se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de las diversas áreas de Mediaset involucradas en la elaboración del Informe Anual Corporativo 2017.
- Análisis de los procedimientos utilizados para recopilar y validar los datos e información presentada en los indicadores de RC.

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Torre PwC, Pº de la Castellana 259 B, 28046 Madrid, España  
Tel.: +34 915 684 400 / +34 902 021 111, Fax: +34 915 685 400, www.pwc.es

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.287, libro 8.054, sección 3ª  
Inscrita en el R.O.A.C. con el número S0242 - CIF: B-79 031290

1



- Análisis de la adaptación de los indicadores de RC de Mediaset a lo señalado en la Guía GRI G4 para la preparación de informes de sostenibilidad y en el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación.

- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, testeo de controles internos y realización de pruebas sustantivas de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores de RC de Mediaset. Asimismo, hemos comprobado su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Mediaset.

#### 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), que se basa en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesional, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1 (NICC 1) y mantiene en consecuencia un exhaustivo sistema 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.

#### Conclusión de Aseguramiento Limitado

Como resultado de los procedimientos que hemos realizado y de las evidencias que hemos obtenido, no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que los indicadores de RC de Mediaset correspondientes al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2017, contienen errores significativos o no han sido preparados, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la Guía GRI G4 y el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación.

#### Uso y Distribución

Nuestro informe se emite únicamente a la Dirección de Mediaset, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo. No asumimos ninguna responsabilidad frente a terceros distintos de la Dirección de Mediaset.

PricewaterhouseCoopers Auditores S.L.

Mª Luz Castilla

27 de febrero de 2018

2

## TABLA DE INDICADORES GRI G4, CON SUPLEMENTO SECTORIAL MEDIA

Aspecto	Página	Omisiones	Verificación Externa
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>			
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización.	VI-IX	✓
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>			
G4-2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades. Suplemento media.	3-7	✓
G4-3	Nombre de la organización.	10	✓
G4-4	Marcas, productos y/o servicios más importantes.	1-2, 10-11	✓
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	10	✓
G4-6	Países en los que opera y nombre de aquellos donde la organización lleva a cabo operaciones significativas.	10-11, 151	✓
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica. Suplemento media.	10	✓
G4-8	Mercados servidos.	10-11, 151	✓
G4-9	Dimensión de la organización. Suplemento media.	8, 86-88, 129,150	✓
G4-10	Colectivo de trabajadores. Suplemento media.	129-132	✓
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	133	✓
G4-12	Descripción de la cadena de suministro.	46-51	✓
G4-13	Cambios significativos durante el periodo de reporte en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	11	✓
G4-14	Descripción de cómo la organización ha adoptado el principio de precaución.	25-41	✓
G4-15	Cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	34,78-79	✓
G4-16	Principales asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que pertenece.	78-79	✓
<b>ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA</b>			
G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes.	CC.AA	✓
G4-18	Proceso seguido para determinar el Contenido del informe y la Cobertura de cada Aspecto.	173-177	✓
G4-19	Listado de aspectos materiales identificados.	175-177	✓
G4-20	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	176-177	✓
G4-21	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.	176-177	✓
G4-22	Descripción del efecto que pueda tener la re expresión de información perteneciente a informes anteriores.	CCAA	✓
G4-23	Cambios significativos en el alcance y la Cobertura de cada aspecto con respecto a informes anteriores y sus causas.	173	✓
<b>PARTICIPACION DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>			
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización. Suplemento media.	76-77	✓
G4-25	Bases para la elección de los grupos de interés con los que trabaja la organización.	76	✓
G4-26	Enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de interés.	76-77, 174	✓
G4-27	Principales cuestiones y asuntos surgidos a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que la organización responde a los mismos.	174-178	✓
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>			
G4-28	Período cubierto por el informe.	173	✓
G4-29	Fecha de última publicación.	173	✓
G4-30	Ciclo de presentación del informe.	173	✓
G4-31	Datos de contacto.	178	✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
G4-32	Opción exhaustiva "de conformidad" con la Guía GRI G4; índice GRI.	173		✓
G4-33	Verificación externa del informe.	178-179		✓
<b>GOBIERNO</b>				
G4-34	Estructura de Gobierno. Suplemento media.	16-24		✓
G4-35	Proceso mediante el cual el órgano de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	IAGC		✓
G4-36	Cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	IAGC		✓
G4-37	Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno.	IAGC		✓
G4-38	Composición del órgano superior de gobierno y sus comités.	18		✓
G4-39	Indique si el presidente del órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	IAGC		✓
G4-40	Proceso seguido y criterios en los que se basa el nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités.	IAGC		✓
G4-41	Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de interés. Suplemento media.	24, IAGC		✓
G4-42	Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	IAGC		✓
G4-43	Medidas tomadas para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	Nota		✓
G4-44	Proceso de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno.	IAGC		✓
G4-45	Función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	IAGC		✓
G4-46	Función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	IAGC		✓
G4-47	Frecuencia con la que el órgano superior de gobierno analiza los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	IAGC		✓
G4-48	Comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba el informe de RC y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	Nota		✓
G4-49	Proceso para transmitir al órgano superior de gobierno los principales asuntos que resultan de interés.	IAGC		✓
G4-50	Naturaleza y el número de asuntos relevantes transmitidos al órgano superior de gobierno, así como los mecanismos empleados para abordarlos y evaluarlos.	20; Nota		✓
G4-51	Políticas retributivas del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	21-23, IARC		✓
G4-52	Procesos para determinar la remuneración del órgano de gobierno y la alta dirección.	21-23, IARC		✓
G4-53	Proceso mediante el cual se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	Nota		✓
G4-54	Relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización, y la retribución total anual media de toda la plantilla.	Nota		✓
G4-55	Relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización, y el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla.	Nota		✓
<b>ÉTICA E INTEGRIDAD</b>				
G4-56	Valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos. Suplemento media.	24, 29-31, 34		✓
G4-57	Mecanismos internos y externos de asesoramiento sobre cuestiones éticas, jurídicas y relacionadas con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	Nota		✓
G4-58	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.	29-33		✓
<b>CREACIÓN DE CONTENIDOS</b>				
Enfoque de gestión.		52-59		✓
M2	Metodología para evaluar y monitorear el cumplimiento del compromiso con los valores de creación de contenido.	52-59		✓



Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
M3	Acciones tomadas para mejorar el cumplimiento de los valores de creación de contenido, y resultados obtenidos.	52-59		✓
<b>DIFUSIÓN DE CONTENIDOS</b>				
Enfoque de gestión.		52-59		✓
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.	52-59		✓
M5	Número y naturaleza de respuestas (retroalimentación/quejas) relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables, la toma de informada de decisiones y acceso, y procesos para responder a los reclamos.	Nota		✓
<b>INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA</b>				
Enfoque de gestión.		52-59		✓
M6	Métodos para interactuar con públicos, y resultados.	58		✓
<b>ALFABETIZACIÓN EN MEDIOS</b>				
Enfoque de gestión.		116-122		✓
M7	Acciones tomadas para empoderar a la audiencia a través de la alfabetización mediática o educación en medios.	116-122,138, Nota		✓
<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>				
Desempeño económico				
Enfoque de gestión		8, 86-88, 152-155		✓
G4- EC1	Valor económico directo generado y distribuido incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	150		✓
G4- EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	Nota	(1)	✓
G4- EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones definidas, planes de aportaciones definidas u otros tipos de planes de jubilación.	Nota		✓
G4-EC4	Ayudas económicas recibidas, otorgadas por cualquier ente gubernamental durante el período. Suplemento media.	154		✓
G4-M1	Financiación significativa y otros apoyos recibidos de fuentes no gubernamentales. Suplemento media.	Nota		✓
Presencia en el mercado				
Enfoque de gestión		68-74		
G4- EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local, en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Nota		
G4- EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	Nota		
Consecuencias económicas indirectas				
Enfoque de gestión		57-61		✓
G4- EC7	Desarrollo e impacto de inversiones significativas en infraestructuras o de servicios de apoyo. Suplemento media.	57-61	(1)	✓
G4- EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	156-159	(1)	✓
Prácticas de adquisición				
Enfoque de gestión		46-47		✓
G4- EC9	Porcentaje del gasto en lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	46-47		✓

Aspecto	Página	Omisiones	Verificación Externa
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>			
Prácticas laborales y trabajo digno			
Empleo			
Enfoque de gestión			
G4- LA1	Número total y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	68-74	✓
G4- LA2	Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	129, 131	✓
G4- LA3	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	72, 135	✓
Relaciones entre los trabajadores y la dirección			
Enfoque de gestión			
G4- LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	132	✓
Salud y seguridad en el trabajo			
Enfoque de gestión			
G4- LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para la dirección y los empleados.	68-70	✓
G4- LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo. Suplemento media.	69	✓
G4- LA7	Indique si hay trabajadores que desarrollan actividades profesionales con una incidencia o riesgo elevado de enfermedades determinadas. Suplemento media.	74	✓
G4- LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	74	✓
Capacitación y educación			
Enfoque de gestión			
G4- LA9	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral. Suplemento media.	72-74	✓
G4- LA10	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	137	✓
G4- LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	136-138	✓
Diversidad e igualdad de oportunidades			
Enfoque de gestión			
G4- LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	70-71	✓
Igualdad de retribución entre hombres y mujeres			
Enfoque de gestión			
G4- LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	18-19, 129-132	✓
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			
Enfoque de gestión			
G4- LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	70-71	✓
G4- LA15	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	Nota	✓
Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales			
Enfoque de gestión			
G4- LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Nota	✓
Derechos Humanos			
Enfoque de gestión			
160-161			
✓			

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
G4- HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Nota		✓
G4- HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, y porcentaje de empleados formados. Suplemento media.	Nota		✓
No discriminación				
Enfoque de gestión		70-71		✓
G4- HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	134		✓
Libertad de asociación y negociación colectiva				
Enfoque de gestión		68, 133		✓
G4- HR4	Identificación de centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	Nota		✓
Trabajo infantil				
Enfoque de gestión		32-33, 46		✓
G4- HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	Nota		✓
Trabajo forzoso				
Enfoque de gestión		46		✓
G4- HR6	Centros y proveedores significativos con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	Nota		✓
Medidas de seguridad				
Enfoque de gestión		33		
G4- HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o los procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	33		
Derechos de la población indígena				
Enfoque de gestión		160-161		
G4- HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	Nota		
Evaluación				
Enfoque de gestión		68-71		✓
G4- HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos. Suplemento media.	Nota		✓
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos				
Enfoque de gestión		46		✓
G4- HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	Nota		✓
G4- HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	Nota		✓
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos				
Enfoque de gestión		29-30		✓
G4- HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación. Suplemento media.	Nota		✓
Libertad de expresión. Enfoque de gestión. Suplemento media.		29,48-51,52-59		✓
Representación de los derechos humanos. Enfoque de gestión. Suplemento media.		52-59		✓
Derechos culturales. Enfoque de gestión. Suplemento media.		52-59		✓
Propiedad intelectual. Enfoque de gestión. Suplemento media.		29,34,48-51,52-53,56,58,78		✓
Protección de la privacidad. Enfoque de gestión. Suplemento media.		42-43		✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
Sociedad				
Comunidades locales				
Enfoque de gestión		156-159		
G4-SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	Nota		
G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales	Nota		
Lucha contra la corrupción				
Enfoque de gestión		29-33		✓
G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados	33		✓
G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción. Suplemento media.	28-30,32-33		✓
G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	Nota		✓
Políticas públicas				
Enfoque de gestión		78		✓
G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas realizadas por la organización, por país y destinatario. Suplemento media.	Nota		✓
Prácticas de competencia desleal				
Enfoque de gestión		66,78		✓
G4-SO7	Número de procedimientos legales por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Nota		✓
Cumplimiento				
Enfoque de gestión		78		✓
G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	Nota		✓
Evaluación de la repercusión social de los proveedores				
Enfoque de gestión		46		✓
G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	Nota		✓
G4-SO10	Impactos sociales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	Nota		✓
Mecanismos de reclamación por impacto social				
Enfoque de gestión		29-30		✓
G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Nota		✓
Responsabilidad sobre productos				
Salud y seguridad de los clientes				
Enfoque de gestión		65-67		✓
G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	Nota		✓
G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nota		✓
Etiquetado de los productos y servicios				
Enfoque de gestión		52-59, 65-67		✓
G4-PR3	Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos. Suplemento media.	34	(1)	✓
G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Nota		✓
G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	55; Nota	(2)	✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
Comunicaciones de mercadotecnia				
Enfoque de gestión		65-67		✓
G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	Nota		✓
G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de las normativas y los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, entre otras la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. Suplemento media.	Nota		✓
Privacidad de los clientes				
Enfoque de gestión		42-43		✓
G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	Nota		✓
Cumplimiento regulatorio				
Enfoque de gestión		28,35,42-43,66,78		✓
G4-PR9	Valor monetario de las multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.	Nota		✓
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>				
Materiales				
Enfoque de gestión		163-167		
G4- EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen. Suplemento media.	165		
G4- EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	Nota		
Energía				
Enfoque de gestión		163-167		✓
G4- EN3	Consumo energético interno.	165		✓
G4- EN4	Consumo energético externo.	165		✓
G4- EN5	Intensidad energética.	166		✓
G4- EN6	Reducción del consumo energético.	166		✓
G4- EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios. Suplemento media.	166-167	(1)	✓
Agua				
Enfoque de gestión		167		
G4- EN8	Captación total de agua según la fuente.	165; Nota		
G4- EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Nota		
G4- EN10	Porcentaje y volumen de agua reciclada y reutilizada.	Nota		
Biodiversidad				
Enfoque de gestión		163-164		
G4- EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas dentro de áreas protegidas y no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	163-164, Nota		
G4- EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alto valor en términos de biodiversidad biológica no protegidas, que se derivan de las actividades, productos y servicios.	Nota		
G4- EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Nota		
G4- EN14	Número de especies incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	Nota		
Emisiones				
Enfoque de gestión		163,168-169		✓
G4- EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).	168		✓
G4- EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).	168		✓

Aspecto		Página	Omisiones	Verificación Externa
G4- EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).	168		✓
G4- EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	169		✓
G4- EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero. Suplemento media.	168-169		✓
G4- EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	Nota		✓
G4- EN21	NOX, SOX, y otras emisiones atmosféricas significativas.	169		✓
Efluentes y residuos				
Enfoque de gestión				
G4- EN22	Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.	Nota		✓
G4- EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento. Suplemento media.	171		✓
G4- EN24	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Nota		✓
G4- EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos I, II, III Y VIII del Convenio de Basilea2 y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	170		✓
G4- EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de los masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de la organización.	Nota		✓
Productos y servicios				
Enfoque de gestión				
G4- EN27	Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	165-167		
G4- EN28	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.	Nota		
Cumplimiento regulatorio				
Enfoque de gestión				
G4- EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	Nota		✓
Transporte				
Enfoque de gestión				
G4- EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Nota		
General				
Enfoque de gestión				
G4- EN31	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente.	Nota		
Evaluación ambiental de los proveedores				
Enfoque de gestión				
G4- EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	Nota		✓
G4- EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas al respecto.	Nota		✓
Mecanismos de reclamación ambiental				
Enfoque de gestión				
G4- EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	Nota		✓

(1) Se informa cualitativamente.

(2) Los resultados de las encuestas de satisfacción de clientes no se hacen públicos por ser información confidencial.

Aclaraciones:

CC.AA.: Información reportada en las Cuentas Anuales 2017

IAGC: Información reportada en el Informe Anual de Gobierno Corporativo 2017

IARC: Información reportada en el Informe Anual de Remuneración de los Consejeros 2017



## NOTAS ACLARATORIAS

G4-43	En las sesiones del Consejo celebradas a lo largo del año, Mediaset España pone al día a sus consejeros sobre las principales novedades legislativas.
G4-48	El Informe Anual Corporativo de Mediaset España es aprobado anualmente por su Consejo de Administración.
G4-50	El Consejo de Administración ha estado informado sobre todos los asuntos reflejados en el Informe Anual de Gobierno Corporativo, Cuentas Anuales e Informe de Remuneraciones, así como todos los asuntos tratados en las presentaciones a analistas e inversores.
G4-53	Mediaset España somete su política retributiva a la aprobación de los accionistas, en la Junta General de Accionistas. En 2017, la misma obtuvo el 72,08% de votos a favor.
G4-54	La retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización es 13,59 veces superior a la retribución total media de la plantilla.
G4-55	En el año 2017, no se ha producido incremento porcentual tanto en el caso de la persona mejor pagada de la organización, como tampoco en el de la retribución anual media de toda la plantilla.
G4-57	Las consultas sobre aspectos éticos, jurídicos o relacionadas con la integridad de la organización pueden ser planteadas tanto a través del canal de denuncias, así como también a los responsables del área Jurídica o de Auditoría Interna.
G4-M1	Al igual que en años anteriores, en 2017 Mediaset España ha recibido una única subvención de fuentes no gubernamentales, considerada no significativa, que ha sido otorgada por la Fundación Biodiversidad, en el marco de la Convocatoria de Concesión de Ayudas que otorga la entidad en Régimen de Concurrencia Competitiva, para el Fomento de la Información Ambiental en los Medios de Comunicación. Se han recibido € 14.121. La Fundación Biodiversidad subvenciona así el 70% del coste total del proyecto, asumiendo Mediaset España el 30% restante. En el marco del proyecto, se ha realizado una grabación mensual sobre alguna de las actividades que realiza la Fundación Biodiversidad y se ha distribuido posteriormente a través de los abonados de la Agencia Atlas.
G4-M5	A fecha del presente Informe, no se encuentra aún publicado el Informe Anual 2017 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 <a href="http://www.tvinfancia.es">www.tvinfancia.es</a> en relación con contenidos y programas difundidos. Según el dato interno provisional relativo a Mediaset, se tramitaron 20 reclamaciones dirigidas contra este operador, no apreciando el Comité de Autorregulación inconvenientes para la emisión de dichos contenidos en ningún caso. Dicho dato no incluye las reclamaciones por publicidad emitida, que son remitidas al Jurado de Autocontrol para su tramitación y resolución.

G4-M7	Las acciones que lleva a cabo Mediaset España encaminadas a la generación de una audiencia informada, que pueda entender e involucrarse mejor en la generación de contenidos y sea capaz de realizar un consumo crítico de los mismos, se encuentran reflejadas en su Modelo de Gestión de Contenidos, que incluye los mecanismos de interactividad con la audiencia a través de las redes sociales y apps de los programas, así como en los programas de Parrilla que tienen contenido educativo. A su vez, los acuerdos de colaboración con las universidades y el máster de creación de contenidos contribuyen al desarrollo de un colectivo formado en medios de comunicación.																						
G4-EC2	Dada la actividad de Mediaset España, los riesgos/opportunidades derivados del cambio climático no influyen de manera significativa en el negocio.																						
G4-EC3	No existe una estructura de planes de pensiones como beneficio social otorgado por la empresa.																						
G4-EC5	El Convenio Colectivo de Mediaset España recoge oficialmente las tablas salariales aplicables para cada una de las especialidades profesionales y desarrolla el régimen retributivo aplicable, indicando los complementos salariales y sus condiciones. Al recogerse en Convenio Colectivo, existe una asignación del salario base igualitaria entre hombres y mujeres; el régimen económico se basa en aplicar el salario especificado en las tablas convencionales a la categoría correspondiente, independientemente del sexo.																						
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría profesional</th> <th>Relación entre salario de entrada mínimo establecido en Convenio y salario mínimo interprofesional 2017</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>NIVEL 1</td><td>1,21</td></tr> <tr><td>NIVEL 2</td><td>1,57</td></tr> <tr><td>NIVEL 3</td><td>1,84</td></tr> <tr><td>NIVEL 4</td><td>2,09</td></tr> <tr><td>NIVEL 5</td><td>2,33</td></tr> <tr><td>NIVEL 6</td><td>2,62</td></tr> <tr><td>NIVEL 7</td><td>2,93</td></tr> <tr><td>NIVEL 8</td><td>3,24</td></tr> <tr><td>NIVEL 9</td><td>3,56</td></tr> <tr><td>NIVEL 10</td><td>4,19</td></tr> </tbody> </table>	Categoría profesional	Relación entre salario de entrada mínimo establecido en Convenio y salario mínimo interprofesional 2017	NIVEL 1	1,21	NIVEL 2	1,57	NIVEL 3	1,84	NIVEL 4	2,09	NIVEL 5	2,33	NIVEL 6	2,62	NIVEL 7	2,93	NIVEL 8	3,24	NIVEL 9	3,56	NIVEL 10	4,19
Categoría profesional	Relación entre salario de entrada mínimo establecido en Convenio y salario mínimo interprofesional 2017																						
NIVEL 1	1,21																						
NIVEL 2	1,57																						
NIVEL 3	1,84																						
NIVEL 4	2,09																						
NIVEL 5	2,33																						
NIVEL 6	2,62																						
NIVEL 7	2,93																						
NIVEL 8	3,24																						
NIVEL 9	3,56																						
NIVEL 10	4,19																						
G4-EC6	Mediaset España no cuenta con una política específica para la contratación local de personal, diferente a su política general de contratación; contar con una política de contratación local podría promover situaciones de discriminación.																						
G4-LA7	Dada la naturaleza de la actividad y las medidas de prevención que aplica la organización, no hay trabajadores que desarrollen actividades profesionales que conlleven una incidencia o riesgo elevado de contraer enfermedades determinadas. Para más información, ver el apartado Equipo Humano, Prevención de Riesgos Laborales.																						
G4-LA13	Los Convenios Colectivos garantizan una aplicación igualitaria de la retribución de hombres y mujeres que ocupan un mismo puesto de trabajo, tanto en lo que respecta al salario base como a los complementos de puesto de trabajo.																						
G4-LA14 G4-LA15 G4-HR10 G4-HR11 G4-SO9 G4-SO10 G4-EN32 G4-EN33	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. Para más información, ver el apartado Gestión de la Cadena de Proveedores.																						

G4-LA16	Durante 2017 se presentaron 20 reclamaciones sobre prácticas laborales de las cuales 9 se han resuelto con avenencia, 1 con resolución favorable a la compañía y 10 se encuentran pendientes de resolución.
G4-HR1	No existen acuerdos de inversión significativos en Mediaset España que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
G4-HR2	En 2017 se han impartido un total de 733 horas de formación (112 asistencias) en cursos con contenidos relacionados con derechos humanos, libertad expresión, propiedad intelectual, LOPD, derecho a la imagen o derechos laborales.  Por otra parte, Mediaset España establece pautas concretas tanto para la creación de contenidos televisivos responsables vinculados a dicha materia, como para la participación de artistas menores de edad y del público en general, en sus programas.
G4-HR4	La libertad de asociación y el derecho a la asociación o acogimiento a convenios colectivos se encuentra plenamente garantizada en todos los centros de trabajo del Grupo Mediaset España, tal y como se describe en el apartado Equipo Humano.  En lo que respecta a sus proveedores, Mediaset España traslada a éstos el compromiso de respetar, entre otros aspectos, los derechos laborales y sindicales de sus trabajadores, tal y como se describe en el apartado Gestión de la Cadena de Proveedores.
G4-HR5 G4-HR6	Mediaset España gestiona la participación de artistas menores de edad en los sus programas siguiendo estrictamente los criterios y procedimientos establecidos al respecto por la Consejería de Empleo de la Comunidad de Madrid, por lo cual no existe riesgo de explotación infantil.  Por otro lado, mediante todos los mecanismos de gestión de Recursos Humanos, comentados en el apartado Gestión del Equipo Humano, el Grupo garantiza que no se produzcan episodios de trabajo forzado y establece los cauces para denunciar cualquier episodio, en caso de que se produjera. En lo que respecta a sus proveedores, éstos asumen el compromiso de no utilizar mano de obra infantil y rechazar cualquier clase de trabajo forzado, tal y como se describe en el apartado Gestión de la Cadena de Proveedores.
G4-HR8	No han existido incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas.
G4-HR9	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 atienden a cada ámbito: Gestión de los Contenidos, Gestión del Equipo Humano, Gestión de la Publicidad, Relación con los Grupos de interés, etc. ampliamente desarrollado en toda la sección correspondiente al Modelo de Gobierno.  En particular, lo referente a los derechos laborales se encuentra plenamente garantizado con la aplicación de los Convenios Colectivos y los posibles impactos en este ámbito son monitorizados periódicamente por parte de los Sindicatos, que elevan al seno del Comité de Empresa, los asuntos que puedan presentarse al respecto.



G4-HR12 G4-SO11	Durante 2017, Mediaset España no ha recibido reclamaciones sobre derechos humanos o impactos sociales distintos de las reclamaciones laborales (LA16) o las relacionadas con la emisión de contenidos y la protección de menores (PR4 y PR9) que hayan sido presentadas, abordadas y resueltas mediante mecanismos formales de reclamación.
G4-SO1	Mediaset España no tiene implantado un sistema de información que permita obtener estos datos.
G4-SO2	Las actividades desarrolladas por Mediaset España generan impactos positivos sobre las comunidades locales, a través de la generación de empleo directo e indirecto, ocio y colaboración con causas y organizaciones sociales.
G4-SO5	Durante 2017, no ha habido ningún episodio de corrupción vinculado a la compañía, y por tanto, no ha sido necesario tomar ninguna medida específica al respecto.
G4-SO6	Mediaset España no realiza aportaciones financieras o en especie a partidos políticos o instituciones relacionadas.
G4-SO7	EN 2017, no se ha producido ningún procedimiento legal sancionador por causas relacionadas con prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.
G4-PR1	Mediaset España cumple con todas las exigencias legales establecidas en este sentido, y sus guías de actuación están recogidas en el apartado Gestión de Riesgos, Gestión de Contenidos y Gestión de la Publicidad.
G4-PR2	Durante 2017, no se han producido incidentes derivados de un incumplimiento de la normativa o códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad.
G4-PR4 G4-PR9	En 2017 Mediaset España no ha recibido ninguna sanción relacionada con el incumplimiento de la normativa vigente en este ámbito, lo que refleja una excelente asimilación de los criterios de calificación de contenidos establecidos en el Código de Autorregulación de Contenidos de Televisión e Infancia.
G4-PR5	Los resultados de la medición de la satisfacción de la audiencia 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.
G4-PR6	Los productos que comercializa la compañía están sujetos al cumplimiento de la legislación aplicable. Si durante el ejercicio 2017 algún producto o programa se hubiese encontrado en litigio y existieran motivos fundados, la compañía ha adoptado todas las medidas cautelares necesarias para la paralización de su comercialización, hasta que no se hubiese resuelto el mismo.
G4-PR7 G4-SO8	A pesar de adoptarse todas las medidas posibles para garantizar una gestión responsable, tanto de contenidos como de publicidad emitidos, hay situaciones en las que los procedimientos establecidos no han podido contrarrestar posibles situaciones de incumplimiento que han dado lugar a la imposición de sanciones.  En este sentido, Mediaset España ha recibido en 2017 una sanción por incumplimiento de la normativa de publicidad, por valor de €69.689,4
G4-PR8	Durante 2017 no se ha recibido ninguna reclamación sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.

G4-EN2	Mediaset España no tiene constancia de los materiales utilizados que sean valorizados.
G4-EN8 G4-EN9 G4-EN22 G4-EN26	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.
G4-EN10	Mediaset España utiliza el agua proveniente de la red urbana, no utilizando agua reciclada o reutilizada.
G4-EN11	Las instalaciones gestionadas directamente por el Grupo Mediaset España se encuentran en polígonos industriales o zonas urbanas, alejadas de espacios naturales protegidos.
G4-EN12	Los posibles impactos que puedan generarse en la producción de contenidos televisivos, son gestionados teniendo en cuenta en todo momento su minimización y enmarcados en el estricto cumplimiento de la legislación vigente.  Para más información, ver el apartado de Desempeño Ambiental, Producciones en entornos naturales.
G4-EN13	La actividad desarrollada por Mediaset España no ha tenido impactos en hábitats protegidos más allá de las grabaciones de programas, cuyas medidas de gestión se describen en el apartado Desempeño Ambiental, Producciones en entornos naturales.
G4-EN14	Mediaset España desarrolla sus actividades directas en zonas urbanas y por tanto, no tiene impacto sobre espacios naturales. En el caso de las producciones llevadas a cabo en entornos naturales, las mismas han sido realizadas de acuerdo a los protocolos adecuados para garantizar su conservación y no afectación, tal y como se describe en el apartado Desempeño Ambiental, Producciones en entornos naturales.
G4-EN20	Los gases refrigerantes que Mediaset España utiliza en sus equipos de climatización tienen ODP igual a cero y por tanto no dañan la capa de ozono, a excepción de aquellos equipos que utilizan R22 y forman parte del plan de renovación de equipamiento definido por el área responsable. Por la normativa legal vigente, los equipos que utilicen dicho gas deben ser sustituidos y en ningún caso puede rellenarse el gas R22, con lo que no se producirían emisiones a la atmósfera que dañaran la capa de ozono.
G4-EN24	Dada la naturaleza de las actividades del Grupo, no existe riesgo relevante de derrames de sustancias peligrosas.
G4-EN28	Dado que la actividad principal del Grupo es la emisión de contenidos audiovisuales, no se generan productos o materiales de embalaje significativos que puedan regenerarse al final de su vida útil.  Los residuos de materiales de embalaje producidos se consideran no significativos. El Grupo tiene cubiertas sus responsabilidades como productor de residuos, a la vez que gestiona todos los residuos que se producen por los productos que se adquieren y se calculan las emisiones de CO <sub>2</sub> asociadas, tanto aguas arriba como aguas abajo.
G4-EN29 G4-EN34	En 2017 Mediaset España no ha recibido ninguna reclamación ambiental ni ha sido objeto de ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de la normativa medioambiental.

G4-EN30	Dada la actividad que realiza, Mediaset España no tiene impactos ambientales significativos derivados del transporte de productos y otros bienes materiales. Los impactos derivados del transporte del personal se detallan en el apartado Desempeño Ambiental.
G4-EN31	En 2017 se realizaron inversiones en mejoras ambientales por importe de €359.305, correspondientes a la renovación de 527 elementos de iluminación, 16 equipos de climatización, 113 ordenadores e instalación de nuevas láminas solares.



## Glosario

**Access prime time:** Franja horaria previa al prime time.

**Accidente laboral:** Enfermedades, patologías o lesiones sufridas con motivo u ocasión del trabajo.

**Accionista:** Persona física o jurídica que posee acciones de una sociedad, siendo propietaria de la misma en un porcentaje proporcional a su participación.

**Activo:** Conjunto de bienes y derechos que posee una empresa.

**Audiencia (televisión):** Número de personas de 4 o más años que ven la televisión en un momento dado.

**Blog:** También conocido como bitácora, el blog es un sitio web actualizado periódicamente que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores -donde el más reciente aparece primero-, con un uso o temática en particular, siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

**Broadcast:** Distribución del audio y/o señales de vídeo que transmite los programas a una audiencia. La audiencia puede ser el público, en general, o un sector de público relativamente grande, como niños o gente joven.

**Cambio climático (calentamiento global):** Cambio en el conjunto de las condiciones atmosféricas atribuido directa o indirectamente a la actividad humana, que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

**Capital social:** Importe monetario o valor de los bienes que los socios de una sociedad poseen. Los derechos que adquieren los socios en dicha sociedad irán en función del capital social aportado. Éste se divide en participaciones iguales e indivisibles denominadas acciones.

**CO<sub>2</sub> equivalente:** Metodología internacional de medida de las emisiones de gases de efecto invernadero, por la cual se establece la equivalencia entre la capacidad de retención de calor de cualquier gas de este tipo y aquella del CO<sub>2</sub>. De este modo, se convierten todos los gases

a la medida del CO<sub>2</sub> posibilitando el cálculo homogéneo de cualquier emisión de gases de efecto invernadero.

**Coach:** programa que contribuye al crecimiento y desarrollo personal y profesional de las personas.

**Commuting:** viajar diariamente del hogar al trabajo.

**Day time:** Periodo de emisión durante las horas del día.

**Desarrollo sostenible:** La aparición del concepto de Desarrollo Sostenible se remonta a la presentación, en 1987, del informe “Nuestro Futuro Común” de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland) creada por la ONU, donde fue definido como “aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

**Documento de seguridad:** Nombre del documento obligatorio que toda empresa debe tener a disposición de la Agencia Española de Protección de Datos, donde se detallan las medidas y procedimientos de cada empresa, para adecuarse al Reglamento de Medidas de Seguridad (Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre)

**EBIT (Earnings Before Interests and Taxes):** Beneficios antes de intereses e impuestos.

**Efecto invernadero:** Fenómeno por el cual determinados gases que componen la atmósfera retienen parte de la energía procedente de la radiación solar que el suelo emite, provocando una moderación en las variaciones de temperatura de la tierra y un incremento de su temperatura de la tierra y un incremento de su temperatura media. Este fenómeno está siendo incrementado por la emisión de ciertos gases en grandes cantidades, como el CO<sub>2</sub> o el metano, procedente de las actividades humanas.

**Encuentro digital:** Sistema de comunicación a través de Internet en la que uno o varios expertos en determinados temas reciben preguntas realizadas por los usuarios y responden a ellas a través de la web.

**Foro digital:** Aplicación web que sirve como soporte para el intercambio de opiniones o discusiones o debates en línea.

**Free float:** Capital flotante susceptible de compra-venta inmediata. Se trata de las acciones que no están en manos de grandes propietarios y que no están sujetas a restricciones de venta.

**Gases de efecto invernadero:** Compuestos que se encuentran en la atmósfera y que, por sus propiedades, son responsables del efecto invernadero. La emisión desmesurada de los mismos a través de actividades como la quema de combustibles fósiles, incrementa el efecto invernadero; Dicho aumento se reconoce como la causa principal del cambio climático global. Entre estos gases se encuentran el CO<sub>2</sub>, el CH<sub>4</sub>, el N<sub>2</sub>O, los HFC, los PFC, el SF<sub>6</sub> y el vapor de agua.

**GJ:** Gigajulio- unidad de medida de la energía

**GreenHouse Gas Protocol:** Instrumento internacional utilizado por los gobiernos y compañías para contabilizar y gestionar sus emisiones de efecto invernadero. Esta iniciativa fue creada por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y el World Resources Institute.

**GRI (Global Reporting Initiative):** Iniciativa fundada en 1999 para desarrollar y difundir directivas mundialmente aplicables para hacer las memorias o informes de sostenibilidad. Estas directrices, de uso voluntario por parte de las organizaciones, tienen como finalidad elevar la calidad de sus informes y lograr una mayor comparabilidad, consistencia y eficiencia en su difusión.

**GRP (Gross Rating Point):** El punto básico de rating es la unidad de medida de la eficacia publicitaria. Consiste en el porcentaje de la audiencia que ha visto un determinado spot televisivo en relación con el mercado potencial fijado con anterioridad entre el operador televisivo y el anunciante/central de medios. Un dato posteriormente contrastado con los datos facilitados por Taylor Nelson Sofres. Los GRP se miden por minuto, aunque los spots publicitarios suelen ser de inferior duración. El GRP también puede calcularse como la multiplicación de la cobertura neta por la frecuencia de un spot.



**Grupos de interés (Stakeholders):** Todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a la actividad de una organización y sus decisiones, y/o que se puedan ver afectadas por ellas.

**Gymkhana:** proveniente del término hindi y persa khana, y gend, que significa “juego de pelota”, actualmente se le atribuye el significado de juegos en los que se realizan numerosas pruebas de competición.

**Impacto ambiental:** Cualquier cambio en el medio ambiente, sea adverso o beneficioso, como resultado de la acción humana.

**Índice de frecuencia:** Este índice transmite una relación entre los accidentes laborales que se han producido, con la consecuencia de la concesión de bajas laborales en relación al tiempo de exposición al riesgo.

**Índice de gravedad:** Este índice relaciona el total de días perdidos debido a accidentes con las horas de exposición al riesgo que sufre el trabajador. La importancia de este índice radica en que incluye, además de las consecuencias de las lesiones, el coste que supone el tiempo de trabajo perdido a consecuencia de los accidentes que se produzcan.

**Índice de incidencia:** Relación entre los accidentes laborales producidos en relación con el número medio de trabajadores expuestos al riesgo. Este índice indica, por tanto, una probabilidad de ocurrencia de accidentes laborales en la plantilla.

**Late night:** Tiempo de emisión entre las 0:00 y las 2:30 horas.

**Mix eléctrico español:** Tipos de energía utilizada para generar la electricidad que se consume (Nuclear, Sólidos, Productos petrolíferos, Gas -incluido gas derivado-, Biomasa, residuos, Hidráulica, Eólica, Solar, Geotérmica y otras renovables, no especificado)

**Moderación:** Labor de control de los contenidos añadidos por los usuarios en las diferentes formas de debate y participación disponibles en las aplicaciones web, de forma que no se incluyan contenidos indebidos, ofensivos o censurados por las condiciones establecidas para el uso de las aplicaciones. Una vez que el texto ha sido aprobado por el moderador, pasa a ser publicado en Internet.

**Morphing:** Creatividad que fusiona la imagen del anunciante con la de la cadena.

**Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact):** Iniciativa internacional creada por Naciones Unidas en 1999, que invita al compromiso ético de las empresas y cuyo objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en relación a su responsabilidad social, por medio de la implantación de Diez Principios o valores fundamentales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Su fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con los proyectos de la ONU, de organizaciones internacionales sectoriales, sindicatos y ONG.

**Power ratio:** En una empresa de medios es el dato que indica el rendimiento de los ingresos en comparación con la cuota de audiencia que controla.

**Prime time:** Tiempo de emisión entre las 21:00 y las 00:00, en el que se alcanzan las máximas audiencias.

**Público objetivo:** Conjunto de personas a las que la cadena dirige sus mensajes publicitarios.

**Rating:** Instrumento analítico que permite valorar el riesgo de una empresa o de una emisión. Lo normal es que a emisores con menor solidez financiera (peor rating) se les exijan rendimientos superiores, para compensar así el mayor riesgo que se asume. Reglamento de medidas de seguridad; Es el RD 1720/2007, de 21 de diciembre, que desarrolla la Ley Orgánica 15/1999, la Ley Orgánica de Protección de Datos

**Remake:** En cine y en televisión, nueva versión de un programa o una película previamente lanzados, o una versión local de alguna serie en diferente país que el original.

**Renting:** contrato de alquiler por el cual la compañía de renting compra un vehículo nuevo, a solicitud de su cliente, y lo pone a disposición de éste por un plazo de tiempo determinado y con todos los gastos incluidos.

**Rich media:** Término de publicidad en internet que se asigna a una página web que utilice tecnología avanzada como el vídeo por demanda, descarga de programas que interactúan con el usuario y publicidad que cambia cuando el usuario pasa por encima el cursor.

**Roadshow:** Foro de información técnica, económica y comercial.

**Share (Cuota de pantalla):** Reparto de las audiencias reales entre todos los canales, expresado en porcentajes.

**Sitcom:** También conocida como comedia de situación, hace referencia a un tipo de serie originaria de EEUU que suele tener unas características determinadas: risas grabadas o en vivo, una duración menor, capítulos autoconclusivos, etc...

**Site:** Conjunto de páginas web, en general asociadas al mismo dominio de Internet, y que normalmente sirven a un mismo tema o propósito.

**Spin-off:** proyecto nacido como extensión de otro anterior, en televisión generalmente hace referencia a nuevas series que provienen de elementos de otra anterior, como situaciones, tramas o personajes.

**Target comercial:** Grupo de audiencia compuesto por los individuos entre 13 y 54 años, de clases sociales media y alta, que viven en poblaciones de 10.000 o más habitantes.

**TDT (Televisión Digital Terrestre):** Plataforma de televisión digital cuya transmisión se realiza por sistemas de difusión terrestres, es decir, con antenas situadas sobre la superficie de la tierra.

**Ventanas:** Los distintos medios de explotación comercial de un contenido audiovisual en términos temporales. Las ventanas más habituales de los contenidos audiovisuales son cine, DVD y video, pay per view, televisión de pago y televisión en abierto.

**Webcast:** Programa de televisión diseñado para ser transmitido por internet.

**XDCAM:** Sistema profesional de vídeo que emplea el soporte PFD, similar al Blu-ray, y que, por sus características, permite ser reutilizado por un periodo de tiempo muy largo.



## Directorio

### MEDIASET ESPAÑA

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

- Dirección General de Contenidos  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 396 69 99
- Dirección General de Gestión y Operaciones  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 396 66 92
- Dirección de Informativos  
Tel.: 91 396 63 00  
Fax: 91 396 64 56  
Email: [informativos@informativost5.com](mailto:informativos@informativost5.com)  
Web: [www.informativostelecinco.com](http://www.informativostelecinco.com) y [www.cuatro.com/noticias/](http://www.cuatro.com/noticias/)
- Dirección de Comunicación y RR.EE.  
Tel.:91 396 63 00  
Fax: 91 396 68 42  
Email: [gabinetedeprensa@telecinco.es](mailto:gabinetedeprensa@telecinco.es)
- Dirección Ventas Audiovisuales  
Tel.:91 396 63 00  
Fax: 91 395 93 24  
Email: [comercial@telecinco.es](mailto: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](mailto:inversores@telecinco.es)
- Dirección General Corporativa  
Tel.:91 396 61 88  
Fax: 91 396 62 84  
Email: [rc@telecinco.es](mailto: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](http://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/](http://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

## ANEXO I

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

#### DATOS IDENTIFICATIVOS DEL EMISOR

<b>FECHA FIN DEL EJERCICIO DE REFERENCIA</b>	31/12/2017
--	------------

<b>C.I.F.</b>	A-79075438
---------------	------------

#### **DENOMINACIÓN SOCIAL**

MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.

#### **DOMICILIO SOCIAL**

CARRETERA DE 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
13/04/2016	168.358.745,00	336.717.490	336.717.490

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

Sí  No

A.2 Detalle los titulares directos e indirectos de participaciones significativas, de su sociedad a la fecha de cierre del ejercicio, excluidos los consejeros:

Nombre o denominación social del accionista	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	% sobre el total de derechos de voto
BLACKROCK INC	0	12.884.271	3,83%
INVESCO LIMITED	0	6.691.901	1,99%
DON SILVIO BERLUSCONI	0	169.058.846	50,21%

Nombre o denominación social del titular indirecto de la participación	A través de: Nombre o denominación social del titular directo de la participación	Número de derechos de voto
BLACKROCK INC	NO IDENTIFICADO	12.884.271
INVESCO LIMITED	NO IDENTIFICADO	6.691.901
DON SILVIO BERLUSCONI	MEDIASET SPA	169.058.846

Indique los movimientos en la estructura accionarial más significativos acaecidos durante el ejercicio:

A.3 Complete los siguientes cuadros sobre los miembros del consejo de administración de la sociedad, que posean derechos de voto de las acciones de la sociedad:

Nombre o denominación social del Consejero	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	% sobre el total de derechos de voto
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	47.023	0	0,01%
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	10.303	0	0,00%
DON PAOLO VASILE	8.426	0	0,00%
DON MASSIMO MUSOLINO	16.470	0	0,00%
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	3.000	0	0,00%

% total de derechos de voto en poder del consejo de administración	0,01%
--	-------

Complete los siguientes cuadros sobre los miembros del consejo de administración de la sociedad, que posean derechos sobre acciones de la sociedad

Nombre o denominación social del Consejero	Número de derechos de voto directos	Número de derechos de voto indirectos	Número de acciones equivalentes	% sobre el total de derechos de voto
DON PAOLO VASILE	66.799	0	66.799	0,02%
DON MASSIMO MUSOLINO	9.711	0	9.711	0,00%
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	7.981	0	7.981	0,00%
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	20.729	0	20.729	0,01%

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:

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:

A.6 Indique si han sido comunicados a la sociedad pactos parasociales que la afecten según lo establecido en los artículos 530 y 531 de la Ley de Sociedades de Capital. En su caso, descríbalos brevemente y relacione los accionistas vinculados por el pacto:

Sí  No

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

Sí  No

En el caso de que durante el ejercicio se haya producido alguna modificación o ruptura de dichos pactos o acuerdos o acciones concertadas, indíquelo expresamente:

n/a

A.7 Indique si existe alguna persona física o jurídica que ejerza o pueda ejercer el control sobre la sociedad de acuerdo con el artículo 4 de la Ley del Mercado de Valores. En su caso, identifíquela:

Sí  No

Nombre o denominación social
MEDIASET SPA

Observaciones
La sociedad Fininvest SPA (entidad controlada por D. Silvio Berlusconi) posee, de forma directa e indirecta, un 34,7% de los derechos de voto de Mediaset SPA (y designa a la mayoría de sus consejeros), sociedad que a su vez posee de modo directo un 50,208% de los derechos de voto de Mediaset España.

A.8 Complete los siguientes cuadros sobre la autocartera de la sociedad:

**A fecha de cierre del ejercicio:**

Número de acciones directas	Número de acciones indirectas (*)	% total sobre capital social
9.282.275	0	2,76%

## (\*) A través de:

Detalle las variaciones significativas, de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 1362/2007, realizadas durante el ejercicio:

Explique las variaciones significativas
---

1/08/2017: adquisición de 3.531.603 acciones de autocartera. Comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 3/08/2017 11/07/2017: adquisición de 3.554.663 acciones de autocartera. Comunicado a la Comisión Nacional del Mercado de Valores el 14/07/2017
--

### A.9 Detalle las condiciones y plazo del mandato vigente de la junta de accionistas al consejo de administración para emitir, recomprar o transmitir acciones propias.

La Junta General de accionistas celebrada el 13 de abril de 2016, en el punto octavo del orden del día, aprobó las operaciones de adquisición y transmisión de acciones propias durante un plazo de cinco años a contar desde la fecha de dicho acuerdo.

El acuerdo fue aprobado por un total de 267.670.006 votos a favor, representativos del 98,7984%, 3.238.686 votos en contra, representativos del 1,1954%, 15.555 abstenciones, representativas del 0,0057% y 1.245 en blanco, representativos del 0,0005%.

Se reproduce a continuación el contenido del acuerdo aprobado:

1. Autorizar al Consejo de Administración para que, de conformidad con lo establecido en el artículo 146 y siguientes de la vigente Ley de Sociedades de Capital, pueda proceder, en la medida que lo estime conveniente en atención a las circunstancias, a la adquisición derivativa de acciones propias de la Sociedad por cualquier medio, con sujeción a los siguientes límites y requisitos:

- Las acciones podrán adquirirse por título de compraventa o por cualquier otro acto "intervivos" a título oneroso.
- El valor nominal de las acciones propias adquiridas, sumándose al de las que ya posea "MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A." y sus filiales no podrá exceder del diez por ciento (10%) del capital suscrito o del importe máximo que pudiera establecerse legalmente;
- Las acciones a adquirir estarán libres de toda carga o gravamen, totalmente desembolsadas y no afectas al cumplimiento de cualquier obligación;
- El precio mínimo de adquisición de las acciones no será inferior a su valor nominal, y el precio máximo no será superior al ciento veinte por ciento (120%) de su valor de cotización en la fecha de adquisición;
- duración de la autorización: cinco (5) años a contar desde la fecha del presente acuerdo;
- En el desarrollo de estas operaciones se procederá, además, al cumplimiento de las normas que, sobre la materia, se contienen en el Reglamento Interno de Conducta de la Sociedad.

2. Dejar sin efecto la autorización acordada sobre esta misma materia en la reunión de la Junta General Ordinaria celebrada el 15 de abril de 2015 en la cuantía no utilizada.

3. Autorizar al Consejo de Administración para que pueda:

- destinar, total o parcialmente, las acciones propias adquiridas a la ejecución de programas retributivos que tengan por objeto o supongan la entrega de acciones o derechos de opción sobre acciones, o estén basados en cualquier forma en la evolución de la cotización bursátil de la acción, conforme a lo establecido en el artículo 146.1. a) de la Ley de Sociedades de Capital; y/o
- proceder a su enajenación; y/o
- proceder a su amortización con reducción de la cifra del capital social.

En relación con la amortización de las acciones adquiridas al amparo del presente acuerdo y de la consecuente reducción de capital, se delega en el Consejo de Administración con toda la amplitud que se requiera en derecho, con facultades de sustitución en cualquiera de sus miembros así como en el Consejero Delegado y en el Secretario del Consejo, todas las facultades que sean necesarias para llevar a cabo la reducción del capital social, en una o varias veces, dentro de un plazo máximo de cinco [5] años a contar desde la aprobación de este acuerdo, incluyendo a título meramente enunciativo, pero no limitativo:

- la facultad de establecer la cifra exacta de la reducción, la cual nunca podrá ser superior a la cifra del valor nominal de las acciones que se adquirieran al amparo del presente acuerdo;
- determinar la cifra concreta de las acciones en autocartera que deban ser objeto de amortización;
- fijar la fecha o fechas de la reducción;
- ejecutar la reducción de capital en la forma que estimen más conveniente estableciendo los requisitos que sean de aplicación excluyendo o no el derecho de oposición de acreedores conforme al artículo 335 c) de la Ley de Sociedades de Capital y proceder con los trámites necesarios para el cumplimiento de la normativa aplicable al efecto;
- dar nueva redacción al artículo 5º de los Estatutos Sociales para reflejar la nueva cifra de capital social y el número de acciones de la Sociedad;
- realizar la publicación de los anuncios oportunos;
- comparecer ante el Notario de su elección con el objeto de otorgar la correspondiente escritura de reducción de capital, pudiendo incluso otorgar las escrituras de subsanación, complementarias o aclaratorias que, en su caso, procedan hasta obtener la inscripción de la reducción de capital en el Registro Mercantil así como solicitar, en su caso, del Registrador Mercantil la inscripción parcial;
- remitir las comunicaciones que sea preciso en relación con la reducción de capital a los organismos reguladores competentes, incluyendo las comunicaciones a la Comisión Nacional del Mercado de Valores que sea procedente realizar, y efectuar los trámites y actuaciones que sean necesarios y presentar los documentos que sean precisos ante los organismos competentes para que, una vez se haya producido la amortización de las acciones de la Sociedad y el otorgamiento de la escritura de reducción de capital y su inscripción en el Registro Mercantil, se produzca la exclusión de la negociación de las acciones amortizadas en las Bolsas de Valores

de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) y la cancelación de los correspondientes registros contables así como realizar cuantas actuaciones fueran necesarias o convenientes para la plena efectividad del acuerdo de reducción de capital ante cualesquiera entidades y organismos públicos o privados, españoles y extranjeros, incluidas la de declaración, complemento o subsanación de defectos u omisiones que pudieran impedir y obstaculizar la plena efectividad del acuerdo de reducción de capital.

#### A.9.bis Capital flotante estimado:

	%
<b>Capital Flotante estimado</b>	47,03

A.10 Indique si existe cualquier restricción 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.

Sí  No

A.11 Indique si la junta general ha acordado adoptar medidas de neutralización frente a una oferta pública de adquisición en virtud de lo dispuesto en la Ley 6/2007.

Sí  No

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

A.12 Indique si la sociedad ha emitido valores que no se negocian en un mercado regulado comunitario.

Sí  No

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

## **B JUNTA GENERAL**

B.1 Indique y, en su caso detalle, si existen diferencias con el régimen de mínimos previsto en la Ley de Sociedades de Capital (LSC) respecto al quórum de constitución de la junta general.

Sí  No

	% de quórum distinto al establecido en art. 193 LSC para supuestos generales	% de quórum distinto al establecido en art. 194 LSC para los supuestos especiales del art. 194 LSC
Quórum exigido en 1ª convocatoria	50,00%	0,00%
Quórum exigido en 2ª convocatoria	0,00%	0,00%

#### **Descripción de las diferencias**

Para la válida constitución de la Junta General los estatutos sociales de Mediaset establecen la necesidad de que los accionistas presentes o representados sean titulares de al menos el cincuenta por ciento del capital social con derecho a voto, en lugar del veinticinco por ciento que exige la Ley de Sociedades de Capital.

Los porcentajes exigidos en segunda convocatoria coinciden con lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital.

El quórum exigido en primera y segunda convocatoria por el artículo 25 de los Estatutos Sociales para que la Junta General pueda acordar válidamente la emisión de obligaciones, el aumento o reducción del capital, la transformación, fusión o escisión de la sociedad y, en general cualquier modificación de los estatutos sociales coincide con el establecido en el artículo 194 de la Ley de Sociedades de Capital.

**B.2 Indique y, en su caso, detalle si existen diferencias con el régimen previsto en la Ley de Sociedades de Capital (LSC) para la adopción de acuerdos sociales:**

Sí  No

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

**B.3 Indique las normas aplicables a la modificación de los estatutos de la sociedad. En particular, se comunicarán las mayorías previstas para la modificación de los estatutos, así como, en su caso, las normas previstas para la tutela de los derechos de los socios en la modificación de los estatutos .**

Para la modificación de los artículos de los estatutos sociales, la Junta General quedará válidamente constituida en primera convocatoria cuando los accionistas, presentes o representados, posean al menos el cincuenta por ciento (50%) del capital suscrito con derecho a voto. En segunda convocatoria será válida la constitución cualquiera que sea el capital que concurra a la misma.

Si la Junta está llamada a deliberar sobre modificaciones estatutarias será necesaria, en primera convocatoria, la concurrencia de accionistas que representen, al menos, el cincuenta (50%) por ciento del capital social suscrito con derecho de voto. En segunda convocatoria, será suficiente la concurrencia del veinticinco (25%) por ciento.

Asimismo, en los casos en los que se ha propuesto una modificación de los estatutos sociales, se ha puesto a disposición de los accionistas un informe explicativo de las modificaciones propuestas elaborado por el Consejo de Administración. Señalar que hasta la fecha nunca se ha propuesto una modificación estatutaria que pudiera perjudicar a una clase de acciones, pero en el caso de ser así se aplicarían las medidas establecidas en la Ley para tutelar los derechos de los socios.

**B.4 Indique los datos de asistencia en las juntas generales celebradas en el ejercicio al que se refiere el presente informe y los del ejercicio anterior:**

Fecha junta general	Datos de asistencia				Total
	% de presencia física	% en representación	% voto a distancia		
			Voto electrónico	Otros	
13/04/2016	55,29%	26,79%	0,00%	1,36%	83,44%
27/04/2017	51,04%	29,11%	0,00%	1,18%	81,33%

**B.5 Indique si existe alguna restricción estatutaria que establezca un número mínimo de acciones necesarias para asistir a la junta general:**

Sí  No

**B.6 Apartado derogado.**

**B.7 Indique la dirección y modo de acceso a la página web de la sociedad a la información sobre gobierno corporativo y otra información sobre las juntas generales que deba ponerse a disposición de los accionistas a través de la página web de la Sociedad.**

Toda la información sobre los temas de gobierno corporativo así como sobre las Juntas Generales celebradas y por celebrar, está accesible a todos nuestros accionistas en la página web de la compañía y es accesible a través del siguiente enlace: <http://www.mediaset.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:

<b>Número máximo de consejeros</b>	19
<b>Número mínimo de consejeros</b>	11

### C.1.2 Complete el siguiente cuadro con los miembros del consejo:

<b>Nombre o denominación social del consejero</b>	<b>Representante</b>	<b>Categoría del consejero</b>	<b>Cargo en el consejo</b>	<b>Fecha Primer nomb.</b>	<b>Fecha Último nomb.</b>	<b>Procedimiento de elección</b>
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET		Otro Externo	PRESIDENTE	15/05/1996	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO		Independiente	CONSEJERO	01/04/2009	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS		Ejecutivo	SECRETARIO CONSEJERO	09/04/2014	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON GIUSEPPE TRINGALI		Dominical	VICEPRESIDENTE	29/03/2004	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON GIULIANO ADREANI		Dominical	CONSEJERO	26/09/2001	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON ALFREDO MESSINA		Dominical	CONSEJERO	30/06/1995	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON FEDELE CONFALONIERI		Dominical	VICEPRESIDENTE	21/12/2000	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MARCO GIORDANI		Dominical	CONSEJERO	07/05/2003	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON PAOLO VASILE		Ejecutivo	CONSEJERO DELEGADO	29/03/1999	09/04/2014	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DON MASSIMO MUSOLINO		Ejecutivo	CONSEJERO	09/04/2008	17/04/2013	ACUERDO JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL		Independiente	CONSEJERO	20/12/2017	20/12/2017	COOPTACION
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL		Independiente	CONSEJERO	20/12/2017	20/12/2017	COOPTACION
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO		Independiente	CONSEJERO	20/12/2017	20/12/2017	COOPTACION

<b>Número total de consejeros</b>	13
-----------------------------------	----

Indique los ceses que se hayan producido en el consejo de administración durante el periodo sujeto a información:

<b>Nombre o denominación social del consejero</b>	<b>Categoría del consejero en el momento de cese</b>	<b>Fecha de baja</b>
DON ANGEL DURÁNDEZ ADEVA	Independiente	20/12/2017
DON FRANCISCO DE BORJA PRADO EULATE	Independiente	20/12/2017
DON JOSÉ RAMÓN ÁLVAREZ RENDUELES	Independiente	20/12/2017

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

### **CONSEJEROS EJECUTIVOS**

Nombre o denominación social del consejero	Cargo en el organigrama de la sociedad
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Director General Corporativo
DON PAOLO VASILE	Consejero Delegado
DON MASSIMO MUSOLINO	Director General de Gestión y Operaciones

Número total de consejeros ejecutivos	3
% sobre el total del consejo	23,08%

### **CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES**

Nombre o denominación social del consejero	Nombre o denominación del accionista significativo a quien representa o que ha propuesto su nombramiento
DON GIUSEPPE TRINGALI	MEDIASET SPA
DON GIULIANO ADREANI	MEDIASET SPA
DON ALFREDO MESSINA	MEDIASET SPA
DON FEDELE CONFALONIERI	MEDIASET SPA
DON MARCO GIORDANI	MEDIASET SPA

Número total de consejeros dominicales	5
% sobre el total del consejo	38,46%

### **CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES**

**Nombre o denominación del consejero:**

DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO

**Perfil:**

Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad Católica de Buenos Aires y PADE por el IESE.  
 Consejera de Prosegur desde 1997 y Presidente desde 2004  
 Presidente de la Fundación Prosegur desde 1997  
 Presidente de Euroforum desde 2004  
 Consejera del Banco Popular Español desde 2007 hasta 2017  
 Consejera de Endesa S.A. desde 2014

**Nombre o denominación del consejero:**

DON JAVIER DIEZ DE POLANCO

**Perfil:**

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

**Nombre o denominación del consejero:**

DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL

**Perfil:**

Doctora en Biología Molecular, Centro Nacional de Biología Molecular Severo Ochoa. Completó su formación académica con un MBA por el IESE Business School de la Universidad de Navarra. Ha sido Profesora ayudante en la Universidad Autónoma de Madrid. Vicepresidenta Ejecutiva y Directora Financiera del Grupo Amasua, Presidenta de la Asociación de Empresas Biotecnológicas (ASEBIO) y miembro de la Junta directiva de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE). Desde el año 2008 al 2011 fue Ministra de Ciencia e Innovación en la IX Legislatura de España. Tras su salida del Gobierno, retomó sus responsabilidades en las empresas que ella misma fundó o ha fundado recientemente, como Ysios Capital Partnes, SGCR, la biotecnológica hispano-alemana Sygnis, la hispano-norteamericana Satlantis Microsats, y Science & Innovation Link Office, S.L..

Es presidenta de la Fundación COTEC y patrona de Fundaciones como Fundación Pelayo y Fundación SEPI. También forma parte del Consejo de administración de empresas no cotizadas como Pelayo Mutua de seguros y Everis.

Actualmente, es asesora de la Comisión Europea como miembro del High Level Group (HLG), que ha formulado las recomendaciones para el diseño del IX Programa Marco (2021-2027) de la Unión Europea.

Ha sido ponente en numerosas ocasiones en Universidades, escuelas de negocios y convenciones empresariales, en temas de su competencia, y Jurado en los Premios Princesa de Asturias de Investigación científica y técnica y Rey Jaime I.

Su labor y visión emprendedora ha sido reconocida en distintas ocasiones con premios a la investigación e innovación empresarial.

**Nombre o denominación del consejero:**

DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL

**Perfil:**

Estudios Ciencias Biológicas UB  
Master en Cooperación internacional en el marco de UN. UPV  
Presidenta UNICEF PV 1993-2005  
Miembro Consejo de Gobierno UD 2001-2017 Ponente en los Masters de Cooperación Internacional UB,UPV,U. COMPLUTENSE, 2000-2016  
Miembro diversos jurados Premios RSC 2003-16 Presidente UNICEF España 2005-2014  
Miembro Jurado Premios Príncipe Asturias a la Cooperación Internacional 2007-2010  
Consejera Independiente de Acciona y miembro de Comité de Sostenibilidad 2008-2014 Consejera independiente Tubacex y miembro 1le su comité de NyR desde 2009  
Patrono Fundación TUBACEX desde 2016 Consejera de la Deusto Business School desde 2014  
Patrona Oxfam Intermon desde 2014  
Patrona Fundación Boscana desde 2015  
Fundadora y Vicepresidenta de la Asociación Circulo de Orellana desde 2015  
Miembro Consejo Asesor de la Fundación Princesa de Girona desde 2017  
Consejera independiente de Mediaset España desde 2017  
De 2010 a 2014 figuró entre las TOP 100 mujeres lideres en España y entre los 100 primeros directivos del Informe Merco sobre Reputación Corporativa.

<b>Número total de consejeros independientes</b>	4
<b>% total del consejo</b>	30,77%

Indique si algún consejero calificado como independiente percibe de la sociedad, o de su mismo grupo, cualquier cantidad o beneficio por un concepto distinto de la remuneración de consejero,

o mantiene o ha mantenido, durante el último ejercicio, una relación de negocios con la sociedad o con cualquier sociedad de su grupo, ya sea en nombre propio o como accionista significativo, consejero o alto directivo de una entidad que mantenga o hubiera mantenido dicha relación.

Ningún 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.

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.

### **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:**

DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET

#### **Sociedad, directivo o accionista con el que mantiene el vínculo:**

DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET - NO APLICABLE

#### **Motivos:**

Presidente del Consejo de Administración de Mediaset España Comunicación, S.A. desde mayo de 1996, Alejandro Echevarría nació en Bilbao 1942. Es licenciado en Ciencias Empresariales por la Escuela Superior de Técnicos de Empresa de San Sebastián (Universidad de Deusto).

Ha sido Consejero Delegado de El Correo Español–El Pueblo Vasco, dando lugar al nacimiento del Grupo Correo, posteriormente Grupo Correo-Prensa Española y actualmente Grupo Vocento. En la actualidad es Consejero de los periódicos El Diario Vasco, El Diario Montañés y Diario El Correo, así como de las empresas Endesa, CVNE y Willis.

Es asimismo Presidente de la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA), Vicepresidente de la Deusto Business School, miembro del jurado de los Premios Príncipe de Asturias de Comunicación y Humanidades, patrono de las Fundaciones Novia Salcedo y Ayuda contra la Drogadicción y Vicepresidente del Foro para la Contratación Pública Socialmente Responsable.

Ha sido reconocido, además, con diversos galardones: Mejor Empresario Vasco (1998), Mejor Gestión Empresarial (revista Futuro 1998), Premio Valores de Empresa en Medios de Comunicación, y otros tantos.

<b>Número total de otros consejeros externos</b>	<b>1</b>
<b>% total del consejo</b>	<b>7,69%</b>

Indique las variaciones que, en su caso, se hayan producido durante el periodo en la categoría de cada consejero:

C.1.4 Complete el siguiente cuadro con la información relativa al número de consejeras durante los últimos 4 ejercicios, así como el carácter de tales consejeras:

	<b>Número de consejeras</b>				<b>% sobre el total de consejeros de cada tipología</b>			
	<b>Ejercicio 2017</b>	<b>Ejercicio 2016</b>	<b>Ejercicio 2015</b>	<b>Ejercicio 2014</b>	<b>Ejercicio 2017</b>	<b>Ejercicio 2016</b>	<b>Ejercicio 2015</b>	<b>Ejercicio 2014</b>
<b>Ejecutiva</b>	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

	Número de consejeras				% sobre el total de consejeros de cada tipología			
	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016	Ejercicio 2015	Ejercicio 2014	Ejercicio 2017	Ejercicio 2016	Ejercicio 2015	Ejercicio 2014
<b>Dominical</b>	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Independiente</b>	3	1	1	1	75,00%	25,00%	25,00%	25,00%
<b>Otras Externas</b>	0	0	0	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
<b>Total:</b>	3	1	1	1	23,08%	7,69%	7,69%	7,69%

C.1.5 Explique las medidas que, en su caso, se hubiesen adoptado para procurar incluir en el consejo de administración un número de mujeres que permita alcanzar una presencia equilibrada de mujeres y hombres.

**Explicación de las medidas**

El artículo 5 del Reglamento de la Comisión de Nombramientos dispone que una de las funciones que corresponde a dicha Comisión es:

"Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Sociedad a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado".

En aplicación de dicho artículo y a la vista de las 3 vacantes producidas en el seno del Consejo de Administración durante el ejercicio 2017, los órganos de buen gobierno de la compañía han incentivado la selección de consejeras para dichos cargos, recayendo la selección en dos nuevas consejeras.

C.1.6 Explique las medidas que, en su caso, hubiese convenido la comisión de nombramientos para que los procedimientos de selección no adolezcan de sesgos implícitos que obstaculicen la selección de consejeras, y la compañía busque deliberadamente e incluya entre los potenciales candidatos, mujeres que reúnan el perfil profesional buscado:

**Explicación de las medidas**

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones se ha provisto ya, previos los análisis oportunos, de un listado de mujeres que cumplen a la perfección todos los requerimientos para ser nombradas miembros del Consejo de Administración de la Compañía, cuya designación como tales ha sido valorada en el 2017 para cubrir dos de las tres vacantes producidas durante el ejercicio.

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

**Explicación de los motivos**

Como hemos comentado, los órganos de gestión y buen gobierno de la compañía han promovido la selección de consejeras durante el año 2017, pasando de una a tres consejeras con la categoría de independiente, siguiendo así con la política y con la intención manifestada por la sociedad de aumentar la presencia femenina en el Consejo de Administración.

C.1.6 bis Explique las conclusiones de la comisión de nombramientos sobre la verificación del cumplimiento de la política de selección de consejeros. Y en particular, sobre cómo dicha política está promoviendo el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo de administración.

**Explicación de las conclusiones**

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones formula y promueve la aplicación de la política de selección de consejeros desde su aprobación. El objetivo de la compañía ha sido poder llegar a alcanzar en el año 2020 un número de consejeras

que represente, al menos el 30% del total de los miembros del Consejo de Administración. Tras los últimos nombramientos aprobados en el año 2017, la presencia de consejeras es de un 23%.

C.1.7 Explique la forma de representación en el consejo de los accionistas con participaciones significativas.

La composición del Consejo de Administración de Mediaset es un reflejo de su accionariado en el que el mayor accionista significativo, la sociedad Mediaset Spa, está representado en el Consejo de Administración por cinco consejeros.

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:

Indique si no se han atendido peticiones formales de presencia en el consejo procedentes de accionistas cuya participación accionarial es igual o superior a la de otros a cuya instancia se hubieran designado consejeros dominicales. En su caso, explique las razones por las que no se hayan atendido:

Sí

No

C.1.9 Indique si algún consejero ha cesado en su cargo antes del término de su mandato, si el mismo ha explicado sus razones y a través de qué medio, al consejo, y, en caso de que lo haya hecho por escrito a todo el consejo, explique a continuación, al menos los motivos que el mismo ha dado:

**Nombre del consejero:**

DON ANGEL DURÁNDEZ ADEVA

**Motivo del cese:**

El Sr. Durández presentó su dimisión como consejero de Mediaset España el día 20 de diciembre mediante carta remitida al Consejo de Administración al haber superado el plazo de 12 años establecido para que los consejeros independientes puedan desempeñar su cargo como consejero, siguiendo así las indicaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

**Nombre del consejero:**

DON FRANCISCO DE BORJA PRADO EULATE

**Motivo del cese:**

El Sr. Prado presentó su dimisión como consejero de Mediaset España el día 20 de diciembre mediante carta remitida al Consejo de Administración al haber superado el plazo de 12 años establecido para que los consejeros independientes puedan desempeñar su cargo como consejero, siguiendo así las indicaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

**Nombre del consejero:**

DON JOSÉ RAMÓN ÁLVAREZ RENDUELES

**Motivo del cese:**

El Sr. Álvarez-Rendueles presentó su dimisión como consejero de Mediaset España el día 20 de diciembre mediante carta remitida al Consejo de Administración al haber superado el plazo de 12 años establecido

para que los consejeros independientes puedan desempeñar su cargo como consejero, siguiendo así las indicaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

C.1.10 Indique, en el caso de que exista, las facultades que tienen delegadas el o los consejero/s delegado/s:

**Nombre o denominación social del consejero:**

DON PAOLO VASILE

**Breve descripción:**

Consejero Delegado Solidario: tiene delegadas todas las facultades legal y estatariamente delegables.

C.1.11 Identifique, en su caso, a los miembros del consejo que asuman cargos 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	Sogecable Editorial, SLU	Administrador Único	SI
DON MARIO RODRÍGUEZ VALDERAS	Mediacinco Cartera, SLU	Secretario Consejero	NO
DON PAOLO VASILE	Publiespaña, SAU	Presidente y 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 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	Concursos Multiplataformas, SAU	Administrador Único	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 Consejero Delegado	SI

C.1.12 Detalle, en su caso, los consejeros de su sociedad que sean miembros del consejo de administración de otras entidades cotizadas en mercados oficiales de valores distintas de su grupo, que hayan sido comunicadas a la sociedad:

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social de la entidad del grupo	Cargo
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	Endesa, SA	CONSEJERO
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	Prosegur Compañía de Seguridad, SA	PRESIDENTE

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social de la entidad del grupo	Cargo
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	Endesa, SA	CONSEJERO
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	Tubacex, SA	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Compañía de Distribución Integral Logista Holdings, S.A	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Corporación Financiera Alba, SA	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Gas Natural Fenosa SDG, S.A.	CONSEJERO
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	Sygnis AG	CONSEJERO

C.1.13 Indique y, en su caso explique, si la sociedad ha establecido reglas sobre el número de consejos de los que puedan formar parte sus consejeros:

Sí  No

**Explicación de las reglas**

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 de Consejos de Administración de los que pueden formar parte es inferior al del resto de otras categorías limitándose a su vez el número de Consejos de los que pueden formar parte dentro de las sociedades del Grupo Mediaset.

En cuanto a las reglas aplicables a los consejeros independientes su participación en otros Consejos de Administración se asocia a la condición que ostenten en los mismos, distinguiendo si son dominicales, ejecutivos o independientes, variando los límites en función de los mismos.

Se establece asimismo el compromiso de los consejeros de comunicar a Mediaset España cualquier nombramiento o modificación con respecto a la información que se haya notificado a la Sociedad a la mayor brevedad posible.

C.1.14 Apartado derogado.

C.1.15 Indique la remuneración global del consejo de administración:

Remuneración del consejo de administración (miles de euros)	5.353
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

C.1.16 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
DON SALVADOR FIGUEROS HERNÁNDEZ	DIRECTOR MARKETING
DON ANGEL JUAN PABLO LÓPEZ	DIRECTOR COMERCIAL PUBLIESPAÑA
DON YAGO CASTILLO DE VIVERO	DIRECTOR COMERCIAL PUBLIESPAÑA
DON LÁZARO GARCÍA HERRERO	DIRECTOR MARKETING CORPORATIVO
DON LUIS EXPÓSITO RODRÍGUEZ	DIRECTOR DIVISIÓN RRHH Y SERVICIOS

Nombre o denominación social	Cargo
DON LEONARDO BALTANÁS RAMÍREZ	DIRECTOR DIVISIÓN PRODUCCIÓN
DON JUAN PEDRO VALENTÍN PADÍN	DIRECTOR DIVISIÓN INFORMATIVOS
DOÑA PATRICIA MARCO JORGE	DIRECTOR DIVISIÓN DE ANTENA
DON JULIO MADRID DEL OLMO	DIRECTOR
DOÑA MIRTA DRAGOEVICH FRAERMAN	DIRECTOR DIVISION COMUNIC.
DOÑA CRISTINA PANIZZA MIEZA	DIRECTORA DE OPERACIONES SERVICIOS VENTAS DE PUBLIESPAÑA
DON PEDRO MARÍA PIQUERAS GÓMEZ	DIRECTOR DIVISIÓN INFORMATIVOS
DON ALVARO AUGUSTIN REGAÑÓN	DIRECTOR GENERAL T5 CINEMA
DON FRANCISCO JAVIER URÍA IGLESIAS	DIRECTOR DIVISIÓN ECONÓMICO FINANCIERA
DON JOSÉ LUIS VILLALEGRE	DIRECTOR COMERCIAL
DON MANUEL VILLANUEVA DE CASTRO	DIRECTOR GENERAL CONTENIDOS
DON FRANCISCO ALÚM LÓPEZ	DIRECTOR GENERAL PUBLIESPAÑA
DON ÁNGEL SANTAMARÍA BARRIO	DIRECTOR AUDITORIA INTERNA
DON EUGENIO FERNÁNDEZ ARANDA	DIRECTOR DIVISIÓN TECNOLOGÍAS
DON GHISLAIN BARROIS	DIRECTOR DIVISIÓN CINE Y ADQUISICIÓN DE DERECHOS
DON GIUSEPPE SILVESTRONI	DIRECTOR DE DIVISIÓN DE PRODUCCIONES
DON JAIME GUERRA GONZÁLEZ	DIRECTOR DIVISIÓN PRODUCCIÓN

Remuneración total alta dirección (en miles de euros)	8.029
---	-------

C.1.17 Indique, en su caso, la identidad de los miembros del consejo que sean, a su vez, miembros del consejo de administración de sociedades de accionistas significativos y/o en entidades de su grupo:

Nombre o denominación social del consejero	Denominación social del accionista significativo	Cargo
DON GIULIANO ADREANI	MEDIASET SPA	CONSEJERO
DON FEDELE CONFALONIERI	MEDIASET SPA	PRESIDENTE
DON MARCO GIORDANI	MEDIASET SPA	CONSEJERO

Detalle, en su caso, las relaciones relevantes distintas de las contempladas en el epígrafe anterior, de los miembros del consejo de administración que les vinculen con los accionistas significativos y/o en entidades de su grupo:

C.1.18 Indique si se ha producido durante el ejercicio alguna modificación en el reglamento del consejo:

Sí  No

Descripción modificaciones
----------------------------

El Consejo de Administración ha valorado la modificación del Reglamento del Consejo de Administración, al objeto de terminar de adecuar sus textos a las últimas novedades normativas y recomendaciones de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, concretamente: a las novedades introducidas en la Ley de Sociedades de Capital por la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, por el RD-ley 18/2017, de 24 de noviembre, en materia de información no financiera y diversidad.

Dichas propuestas de modificación serán presentadas a la Junta General de Accionistas prevista para el primer semestre el año 2018, de acuerdo con la legislación aplicable.

En relación a las modificaciones propuestas tan sólo afectan a los artículos 9 (Composición Cualitativa del Consejo de Administración), 21 (La Comisión de Auditoría y Cumplimiento) y 22 (La Comisión de Nombramientos y Retribuciones).

### C.1.19 Indique los procedimientos de selección, nombramiento, reelección, evaluación y remoción de los consejeros. Detalle los órganos competentes, los trámites a seguir y los criterios a emplear en cada uno de los procedimientos.

Los procedimientos de nombramiento, reelección, evaluación y remoción de los consejeros están establecidos en los Estatutos Sociales, en el Reglamento del Consejo de Administración y en el de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Los órganos competentes son: (i) Junta General, (ii) Consejo de Administración y (iii) Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

Nombramiento y Reelección:

- Para ser consejero no es necesario ser accionista de Mediaset España.
- El nombramiento de los consejeros independientes está limitado a 12 años.
- Para el caso de los Presidentes de las Comisiones de Auditoría y Nombramientos y retribuciones el plazo máximo durante el que pueden ejercer su cargo es de cuatro (4) años.
- El número de consejeros lo fija la Junta General, en la actualidad está fijado en 13 miembros.
- No podrán ser nombrados consejeros: (i) las sociedades, nacionales o extranjeras, del sector audiovisual competidoras y sus administradores o altos directivos, salvo que dichas sociedades formen parte del mismo grupo al que pertenece Mediaset España, (ii) tampoco las personas que estén incursas en cualquier otro supuesto de incompatibilidad o prohibición regulado en disposiciones de carácter general.
- Tanto el nombramiento como el cese del Secretario y del Vicesecretario deberá ser informado por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y deberá ajustarse a las definiciones recogidas en los Estatutos Sociales y en el Reglamento del Consejo de Administración.
- Existe la obligación por parte de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de asegurarse de que a la hora de proveer vacantes no existan dificultades para seleccionar a consejeras.

El procedimiento de nombramiento, reelección y remoción de los consejeros de Mediaset España se inicia en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. El artículo 5 del Reglamento establece la obligación de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones de:

- Proteger la integridad del proceso de selección de Consejeros y altos ejecutivos, definiendo el perfil (conocimientos, experiencia y aptitudes) de los candidatos y, en particular, hacer propuestas al Consejo para el nombramiento y cese de Consejeros, bien por cooptación, bien por propuesta del Consejo a la Junta General de accionistas, y proponer al Consejo los miembros que deben pertenecer a cada una de las Comisiones. En el caso de los consejeros independientes, su nombramiento se hará a propuesta de la Comisión.
- Asesorar al Consejo de Administración en la sucesión del Presidente y primeros ejecutivos de la Compañía, formulando las sugerencias que estime oportunas.
- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de Mediaset España.

- Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Compañía a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.

- Asesorar al Consejo de Administración sobre el cese y proponer el nombramiento del Secretario y del Vicesecretario, en su caso.

Una vez formulado el preceptivo Informe, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones eleva sus propuestas al Consejo de Administración. De este modo, las propuestas de nombramiento de consejeros que el Consejo de Administración somete a la consideración de la Junta General y las decisiones de nombramiento que adopte el Consejo, en virtud de las facultades de cooptación que tiene atribuidas, están precedidas del correspondiente informe de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Cuando el Consejo se aparte de las recomendaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones habrá de motivar las razones de su proceder y dejar constancia en acta de sus razones.

En este sentido, el Consejo de Administración y, dentro del ámbito de sus competencias, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, procurarán que las propuestas de candidatos que se eleven a la Junta General, y los nombramientos que realice directamente para cubrir las vacantes en ejercicio de sus facultades de cooptación, recaigan sobre personas de reconocida solvencia, competencia y experiencia, especialmente en el caso de nombramiento de consejero independiente. En todo caso, es necesario que se incluya una descripción de la experiencia profesional de los candidatos destacando las circunstancias que justifiquen su nombramiento como independiente.

El Consejo de Administración procurará que en la composición del mismo los consejeros externos o no ejecutivos representen una mayoría sobre los consejeros ejecutivos y que dentro de aquéllos haya un número razonable de consejeros independientes. El Consejo procurará igualmente que dentro del grupo mayoritario de los consejeros externos se integren los consejeros dominicales e independientes.

La decisión final corresponde a la Junta General, quedando a salvo la designación mediante el sistema proporcional recogido en la Ley de Sociedades de Capital, a propuesta del Consejo de Administración y previo informe y asesoramiento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. No existen en los Estatutos Sociales de Mediaset España mayorías reforzadas.

Cese de los consejeros:

Además de en los casos previstos en la Ley, los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración en los casos que se enumeran en el apartado C.1.21 siguiente del presente Informe.

En este caso los órganos competentes y el proceso es similar, se inicia en la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, posteriormente interviene el Consejo de Administración y finalmente la Junta General de accionistas.

**C.1.20 Explique en qué medida la evaluación anual del consejo ha dado lugar a cambios importantes en su organización interna y sobre los procedimientos aplicables a sus actividades:**

Descripción modificaciones
----------------------------

El procedimiento de autoevaluación del Consejo de Administración, de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y de la de Nombramientos y Retribuciones, se ha realizado puntualmente durante el ejercicio 2017. Al igual que en años anteriores, el procedimiento de autoevaluación ha partido de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones y se ha llevado a cabo mediante la elaboración de un cuestionario al que los consejeros han dado respuesta.

El proceso de evaluación anual del Consejo de Administración no ha dado lugar a cambios significativos debido al proceso de mejora que se lleva realizando desde hace varios años. Sí se ha puesto de manifiesto la posibilidad de implementar nuevos sistemas informáticos de envío y recepción de la documentación entre los consejeros y Mediaset España. Dicha recomendación será analizada durante el ejercicio 2018.

**C.1.20.bis 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 de la diversidad en su composición y competencias, del funcionamiento y la composición de sus comisiones, del desempeño del presidente del consejo de administración y del primer ejecutivo de la sociedad y del desempeño y la aportación de cada consejero.**

La evaluación anual del Consejo de Administración y de las Comisiones de la Compañía se añade a la que se viene realizando sobre el primer ejecutivo de Mediaset España, cumpliendo así con la normativa legal y con las recomendaciones de gobierno corporativo. En la evaluación han participado la totalidad de los consejeros.

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha supervisado la elaboración de un formulario de autoevaluación anual, tanto del Consejo de Administración, como de sus Comisiones.

Dicho formulario ha sido propuesto al Consejo de Administración para su aprobación y, tras ello, ha sido repartido entre todos y cada de los Consejeros para que procedan a su cumplimentación durante un plazo otorgado a tal fin.

Una vez cumplimentado, el formulario ha sido remitido por cada consejero al Secretario del Consejo de Administración que, con base en las valoraciones contenidas en cada uno de los formularios recibidos, y manteniendo el anonimato de los mismos, ha confeccionado un Informe final en el que aparecen, acumuladas, las valoraciones efectuadas por los Consejeros, así como sus comentarios sobre cualesquiera cuestiones que hayan tenido por conveniente.

Para definir los puntos que iban a ser evaluados se ha realizado una selección de los principales aspectos relacionados con el funcionamiento del Consejo de Administración, al que se le ha aplicado un sistema de valoración. En este sentido, y en relación con el Consejo de Administración, se ha sometido a evaluación hasta un total de 12 puntos diferentes relacionados con su funcionamiento.

En cuanto a la evaluación de las Comisiones, el esquema seguido ha sido paralelo al del Consejo de Administración: se han definido los puntos importantes que afectan al desarrollo, funcionamiento y desempeño de las funciones, sometiéndose a una puntuación.

La evaluación del primer ejecutivo de la compañía tal y como viene sucediendo en ejercicios anteriores, ha sido liderada desde la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, responsable de la evaluación de su desempeño.

La evaluación realizada en el ejercicio 2017 se ha llevado a cabo en colaboración con un consultor externo, especializado en la materia, el despacho de abogados Ramón y Cajal.

**C.1.20.ter Desglose, en su caso, las relaciones de negocio que el consultor o cualquier sociedad de su grupo mantengan con la sociedad o cualquier sociedad de su grupo.**

El consultor externo que ha colaborado en el proceso de evaluación de los órganos de gobierno de la compañía no mantiene ni ha mantenido en ningún momento una relación de negocio con la sociedad o con su grupo.

**C.1.21 Indique los supuestos en los que están obligados a dimitir los consejeros.**

De conformidad con la regulación establecida en el artículo 13 de Reglamento del Consejo de Administración, los consejeros cesarán en su cargo cuando lo decida la Junta General, cuando notifiquen su renuncia o dimisión a la sociedad y cuando

haya transcurrido el período para el que fueron nombrados. Los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración y formalizar, si éste lo considera conveniente, la correspondiente dimisión en los siguientes casos:

(a) Cuando alcancen la edad de 85 años. El cese como consejero y en el cargo se producirá en la primera sesión del Consejo de Administración que tenga lugar después de celebrada la Junta General de accionistas que apruebe las cuentas del ejercicio en que el consejero cumpla la edad referida.

(b) Cuando cesen en los puestos ejecutivos a los que estuviere asociado su nombramiento como consejero;

(c) Cuando se vean incurso en alguno de los supuestos de incompatibilidad o prohibición aplicables;

(d) Cuando resulten gravemente amonestados por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones por haber infringido sus obligaciones como consejeros;

(e) Cuando su permanencia en el Consejo pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de Mediaset España.

(f) Cuando el accionista al que representan venda íntegramente o rebaje su participación en Mediaset España por debajo del umbral correspondiente; en este último caso, el número de dimisiones será proporcional a la reducción en la participación accionarial;

En el caso de que una persona física representante de una persona jurídica Consejero incurriera en alguno de los supuestos previstos en el apartado 3, aquella quedará inhabilitada para ejercer dicha representación.

El Consejo de Administración podrá proponer el cese de algún consejero independiente antes de que finalice el periodo estatutario para el que hubiera sido nombrado únicamente en el caso en que concurra justa causa, considerándose como tal cuando el consejero hubiera incumplido los deberes inherentes a su cargo o incurrido en alguna de las causas contempladas en el Reglamento que impidiesen su nombramiento como consejero independiente.

#### C.1.22 Apartado derogado.

#### C.1.23 ¿Se exigen mayorías reforzadas, distintas de las legales, en algún tipo de decisión?:

Sí

No

En su caso, describa las diferencias.

#### C.1.24 Explique si existen requisitos específicos, distintos de los relativos a los consejeros, para ser nombrado presidente del consejo de administración.

Sí

No

#### C.1.25 Indique si el presidente tiene voto de calidad:

Sí

No

#### C.1.26 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo establecen algún límite a la edad de los consejeros:

Sí

No

Edad límite presidente: 85

Edad límite consejero delegado: 85

Edad límite consejero: 85

C.1.27 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo establecen un mandato limitado para los consejeros independientes, distinto al establecido en la normativa:

Sí

No

C.1.28 Indique si los estatutos o el reglamento del consejo de administración establecen normas específicas para la delegación del voto en el consejo de administración, 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.1.29 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	7
Número de reuniones del consejo sin la asistencia del presidente	0

Si el presidente es consejero ejecutivo, indíquese el número de reuniones realizadas, sin asistencia ni representación de ningún consejero ejecutivo y bajo la presidencia del consejero coordinador

Número de reuniones	0
---------------------	---

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

Comisión	Nº de Reuniones
Comisión Ejecutiva	3
Comisión de Auditoría y Cumplimiento	5
Comisión de Nombramientos y Retribuciones	2

C.1.30 Indique el número de reuniones que ha mantenido el consejo de Administración durante el ejercicio con la asistencia de todos sus miembros. En el cómputo se considerarán asistencias las representaciones realizadas con instrucciones específicas:

Número de reuniones con las asistencias de todos los consejeros	5
% de asistencias sobre el total de votos durante el ejercicio	71,43%

C.1.31 Indique si están previamente certificadas las cuentas anuales individuales y consolidadas que se presentan al consejo para su aprobación:

Sí

No

Identifique, en su caso, a la/s persona/s que ha/han certificado las cuentas anuales individuales y consolidadas de la sociedad, para su formulación por el consejo:

**C.1.32 Explique, si los hubiera, los mecanismos establecidos por el consejo de Administración para evitar que las cuentas individuales y consolidadas por él formuladas se presenten en la junta general con salvedades en el informe de auditoría.**

Los mecanismos que se han establecido en Mediaset España para evitar que las cuentas anuales individuales y consolidadas se presenten a nuestros accionistas con salvedades son varios y afectan a todos los niveles de la compañía. La división económico-financiera es la encargada de la preparación de las cuentas anuales, individuales y consolidadas, de los estados financieros, desgloses e información individual tanto de Mediaset como de su Grupo.

En el siguiente mecanismo de control, se encuentran las reuniones preparatorias que se celebran con el auditor externo de Mediaset España con el objetivo de informar sobre el estado en que se encuentra al trabajo de revisión, si ha habido incidencias, es necesario completar información, etc. A estas reuniones asisten los consejeros independientes que forman parte de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, el Director General de Gestión y Operaciones, Director Financiero, de Consolidación, así como el Director General Corporativo y el de auditoría interna. En el año 2017 se celebraron cinco reuniones preparatorias con estas características.

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 2017 la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se ha reunido en cinco ocasiones, coincidiendo con la formulación de los estados contables anuales, trimestrales y semestrales.

Antes de 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.1.33 ¿El secretario del consejo tiene la condición de consejero?**

Sí

No

Si el secretario no tiene la condición de consejero complete el siguiente cuadro:

**C.1.34 Apartado derogado.**

**C.1.35 Indique, si los hubiera, los mecanismos establecidos por la sociedad para preservar la independencia de los auditores externos, de los analistas financieros, de los bancos de inversión y de las agencias de calificación.**

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.mediaset.es/inversores/es/>) tanto en castellano como en inglés.

C.1.36 Indique si durante el ejercicio la Sociedad ha cambiado de auditor externo. En su caso identifique al auditor entrante y saliente:

Sí

No

Auditor saliente	Auditor entrante
Ernst&Young, S.L.	Deloitte, S.L.

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

Sí

No

C.1.37 Indique si la firma de auditoría realiza otros trabajos para la sociedad y/o su grupo distintos de los de auditoría y en ese caso declare el importe de los honorarios recibidos por dichos trabajos y el porcentaje que supone sobre los honorarios facturados a la sociedad y/o su grupo:

Sí

No

	Sociedad	Grupo	Total
Importe de otros trabajos distintos de los de auditoría (miles de euros)	66	0	66
Importe trabajos distintos de los de auditoría / Importe total facturado por la firma de auditoría (en %)	34,74%	0,00%	24,26%

C.1.38 Indique si el informe de auditoría de las cuentas anuales del ejercicio anterior presenta reservas o salvedades. En su caso, indique las razones dadas por el presidente del comité de auditoría para explicar el contenido y alcance de dichas reservas o salvedades.

Sí

No

C.1.39 Indique el número de ejercicios que la firma actual de auditoría lleva de forma ininterrumpida realizando la auditoría de las cuentas anuales de la sociedad y/o su grupo. 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:

	Sociedad	Grupo
Número de ejercicios ininterrumpidos	1	1
Nº de ejercicios auditados por la firma actual de auditoría / Nº de ejercicios que la sociedad ha sido auditada (en %)	4,54%	4,54%

C.1.40 Indique y, en su caso detalle, si existe un procedimiento para que los consejeros puedan contar con asesoramiento externo:

Sí  No

**Detalle el procedimiento**

El Reglamento del Consejo de Administración (artículo 30) y el de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento (artículo 6) establecen los mecanismos para que cualquier consejero pueda solicitar asesoramiento externo.

El consejero que desee ser auxiliado en el ejercicio de sus funciones podrá solicitar la contratación de asesores legales, contables, técnicos, financieros, comerciales o de cualquier otra índole con cargo a Mediaset España.

La contratación de asesores externos estará limitada al asesoramiento sobre problemas concretos de cierto relieve y complejidad.

El mecanismo establecido se inicia mediante una solicitud del consejero canalizada a través del Presidente o del Secretario del Consejo de Administración. Dicha solicitud únicamente podrá ser denegada cuando concurran causas que así lo justifiquen, incluyendo las siguientes:

- (a) Si la solicitud y auxilio de expertos no resultaren necesarios para el cabal desempeño de las funciones encomendadas a los consejeros.
- (b) Si el coste asociado al auxilio de expertos no resultare razonable, a la vista de la importancia del problema y de la situación financiera de Mediaset.
- (c) Si la asistencia técnica que se recabare pudiera ser dispensada adecuadamente por expertos y técnicos de Mediaset España.
- (d) Si, por razones de confidencialidad, resultare desaconsejable que el experto en cuestión acceda a información sensible.

C.1.41 Indique y, en su caso detalle, si existe un procedimiento para que los consejeros puedan contar con la información necesaria para preparar las reuniones de los órganos de administración con tiempo suficiente:

Sí  No

**Detalle el procedimiento**

Antes del cierre del año, el Secretario envía a los consejeros un calendario de las reuniones junto con la relación de los asuntos a tratar en las reuniones del Consejo de Administración y de las Comisiones que se celebrarán en el ejercicio siguiente. A partir de ese momento, los consejeros ponen en marcha el procedimiento que se establece en el artículo 29 del Reglamento del Consejo de Administración. Asimismo, el Secretario envía a los consejeros por correo electrónico el orden de día de los asuntos a tratar.

El procedimiento, reforzado por el control directo del Presidente que ha de cuidar que los consejeros reciban con antelación suficiente toda la información necesaria, se inicia desde el momento de la convocatoria: el artículo 24 establece que deberá incluir siempre el orden del día de la sesión y acompañarse de la información relevante debidamente preparada y resumida. La convocatoria y el envío de la información relevante se realizará con cinco (5) días de antelación. En el ejercicio de sus competencias, el Presidente coordina con el Secretario tanto la preparación como el envío del orden del día a todos los consejeros.

Asimismo, en el artículo 29 se amplía el derecho de información de los consejeros no sólo a lo referente al orden del día de las reuniones del Consejo de Administración, sino a cualquier aspecto relacionado con Mediaset España, incluyendo el examen de sus libros registros, documentos y antecedentes de las operaciones societarias. Se recoge también la posibilidad de inspeccionar las instalaciones y el poder de comunicar en cualquier momento con la dirección de la compañía.

Los mecanismos para ejercer las mencionadas facultades de información son canalizadas a través del Presidente, del Consejero Delegado o del Secretario del Consejo de Administración, quienes atenderán las solicitudes facilitando directamente información, ofreciéndole interlocutores adecuados en el nivel de la organización que proceda o arbitrando las medidas para que pueda practicar in situ las diligencias de examen e inspección deseadas.

Los procedimientos para garantizar que los consejeros reciben la información a tiempo, están claramente establecidos en el Reglamento. Adicionalmente, dentro de las obligaciones generales de los consejeros está la de informarse sobre la marcha de Mediaset España y preparar adecuadamente las reuniones del Consejo de Administración y de las Comisiones de las que forme parte.

C.1.42 Indique y, en su caso detalle, si la sociedad ha establecido reglas que obliguen a los consejeros a informar y, en su caso, dimitir en aquellos supuestos que puedan perjudicar al crédito y reputación de la sociedad:

Sí  No

**Explique las reglas**

Los artículos 32 y 35 del reglamento del Consejo de Administración exigen al consejero la obligación de informar a la sociedad de las causas penales en las que aparezcan como imputados y del desarrollo de las mismas.

Asimismo, entre los supuestos en los que los consejeros deberán cesar en su cargo se encuentra el caso en el que se permanencia en el Consejo de Administración pueda poner en riesgo por cualquier causa y de forma directa, indirecta o a través de las personas vinculadas a él, el ejercicio leal y diligente de sus funciones conforme al interés social o afectar negativamente al crédito y reputación de Mediaset España.

C.1.43 Indique si algún miembro del consejo de administración ha informado a la sociedad que ha resultado procesado o se ha dictado contra él auto de apertura de juicio oral, por alguno de los delitos señalados en el artículo 213 de la Ley de Sociedades de Capital:

Sí  No

Indique si el consejo de administración ha analizado el caso. Si la respuesta es afirmativa explique de forma razonada la decisión tomada sobre si procede o no que el consejero continúe en su cargo o, en su caso, exponga las actuaciones realizadas por el consejo de administración hasta la fecha del presente informe o que tenga previsto realizar.

C.1.44 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.1.45 Identifique de forma agregada 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: 10**

**Tipo de beneficiario:**

1.- Consejero Ejecutivo - 2.- Consejero Ejecutivo - 3.- Director General - 4.- Director de División - 5.- Director de División 6.- Director Dirc. 7.- Director Direc. -8.- Otros - 9.- Otros - 10.- Otros

## **Descripción del Acuerdo:**

1- Consejero Ejecutivo: Régimen indemnizatorio:

- a) Extinción por baja voluntaria: devengo por año: salario fijo año+bonus año/13,5, siendo la compensación total la suma de los años de trabajo.
- b) Despido procedente o improced.: indemniz. legal + indemniz. 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:

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.

3 - Director General:

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.

4.-Director División:

Extinción del contrato a instancia de la empresa (salvo despido procedente):  
Indemnización consistente en una anualidad de la retribución bruta de carácter fijo más la indemnización legal que corresponda.

5.- Director de División

1) Durante los dos primeros años de vigencia del contrato (del 18/07/2017 al 17/07/2019) indemnización consistente en 1 anualidad de la retribución bruta anual de carácter fijo, incluyendo la indemnización legal.

2) A partir del 18/07/2019: indemnización consistente en 6 mensualidades de la retribución bruta anual de carácter fijo, incluyendo la indemnización legal. En el caso, o a partir del momento, en que esta última sobrepasara dicha cuantía de seis mensualidades, tendrá derecho a percibir sólo la indemnización legal.

6.- Director Dirección

Fecha de inicio del contrato: 10 de octubre de 2009

A) Del 7º al 9º año: 6 mensualidades salario fijo (indemnización legal excluida)

B) A partir del 10º año: indemnización legal.

7.- Director Dirección.

En caso de extinción del contrato a instancia de la empresa, y salvo en el supuesto de despido declarado procedente: indemnización de ciento veinte mil euros brutos (120.000,00 €), incluida la indemnización legal. A partir del momento en que la indemnización legal fuera superior a la pactada, se tendrá derecho exclusivamente a la indemnización legal que correspondiera.

8.- Otros

Desde 2011: a partir del cuarto año y siguientes: 1 anualidad salario + indemnización legal

9. - Otros

En caso de terminación del contrato de trabajo por cualquier causa imputable a la Empresa:

A partir del cuarto año de contrato y siguientes (del 1/09/2013 en adelante), se abonará una indemnización equivalente a 1 anualidad de su salario fijo + la indemnización legal que corresponda.

10.- Otros

Rescisión unilateral del contrato de trabajo por parte de la Empresa que origine legalmente el derecho a percibir una cuantía indemnizatoria: se reconoce una fecha de antigüedad para el cálculo de la indemnización del 1 de febrero de 2006.

Indique si estos contratos han de ser comunicados y/o aprobados por los órganos de la sociedad o de su grupo:

	<b>Consejo de administración</b>	<b>Junta general</b>
<b>Órgano que autoriza las cláusulas</b>	<b>Sí</b>	<b>No</b>

	<b>Sí</b>	<b>No</b>
¿Se informa a la junta general sobre las cláusulas?		<b>X</b>

## 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

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Categoría</b>
DON ALEJANDRO ECHEVARRÍA BUSQUET	PRESIDENTE	Otro Externo
DON PAOLO VASILE	VOCAL	Ejecutivo
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON GIULIANO ADREANI	VOCAL	Dominical

<b>% de consejeros ejecutivos</b>	25,00%
<b>% de consejeros dominicales</b>	50,00%
<b>% de consejeros independientes</b>	0,00%
<b>% de otros externos</b>	25,00%

Explique las funciones que tiene atribuidas esta comisión, describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma y resuma sus actuaciones más importantes durante el ejercicio.

Dado que el espacio para dar respuesta a este apartado está limitado, les invitamos a profundizar sobre las competencias, composición y funcionamiento de las Comisiones del Consejo de Administración en el siguiente enlace: <http://www.mediaset.es/inversores/es/>.

La Comisión Ejecutiva, cuya composición se describe en el presente apartado, ostenta todas las facultades inherentes al Consejo, salvo las indelegables legal y estatutariamente. La totalidad de los acuerdos adoptados en ella son trasladados al Consejo de Administración.

Durante el ejercicio 2017, la Comisión se ha reunido en tres 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.

Indique si la composición delegada o ejecutiva refleja la participación en el consejo de los diferentes consejeros en función de su categoría:

Sí

No

**En caso negativo, explique la composición de su comisión delegada o ejecutiva**

La composición de la Comisión Ejecutiva desde el 1 de enero hasta el 20 de diciembre de 2017, variaba ligeramente con respecto a la del Consejo de Administración dada su importancia como órgano delegado del Consejo; así el porcentaje de consejeros ejecutivos era más reducido, pasando del 23,08% al 16,66% en la Comisión, así como el de consejeros dominicales, del 38,46% en el Consejo a un 33,33% en la Comisión ejecutiva, aumentado por tanto el porcentaje de consejeros independientes.

Tras las renunciaciones y nombramientos por cooptación aprobados el 20 de diciembre, que serán sometidos a la ratificación de la Junta General, la sociedad ha pospuesto para el 2018 los cambios definitivos en la composición de la Comisión Ejecutiva.

### **Comisión de Auditoría y Cumplimiento**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Categoría</b>
DON JAVIER DIEZ DE POLANCO	PRESIDENTE	Independiente
DOÑA HELENA REVOREDO DELVECCHIO	VOCAL	Independiente
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	VOCAL	Independiente
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON MARCO GIORDANI	VOCAL	Dominical

<b>% de consejeros dominicales</b>	40,00%
<b>% de consejeros independientes</b>	60,00%
<b>% de otros externos</b>	0,00%

Explique las funciones que tiene atribuidas esta comisión, describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma y resuma sus actuaciones más importantes durante el ejercicio.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento: Se reúne, al menos, una vez al trimestre y una de sus reuniones está destinada a evaluar la eficiencia y el cumplimiento de las reglas y procedimientos de gobierno de Mediaset España así como a preparar la información a aprobar por el Consejo de Administración. Sus competencias abarcan diferentes ámbitos de supervisión de la compañía:

(i) en relación con el auditor de cuentas, es el órgano encargado de proponer su nombramiento, de velar por su independencia, mediar como canal de comunicación con el órgano de administración en caso de que surgieran discrepancias, verificar que se respeta la legislación vigente sobre prestación de servicios distintos a los de auditoría, autorizando los contratos del auditor ajenos a la propia actividad de auditoría, así como verificar que se comunica a la CNMV el cambio del auditor de cuentas, en su caso

(ii) en relación con la información financiera: está encargada de velar que la misma, ya sea anual o periódica cumpla con los requisitos legales; el control abarca tanto a las cuentas anuales como a la información pública periódica que debe comunicarse tanto a las autoridades como a los mercados.

(iii) en relación con el control interno y las relaciones con el Departamento de Auditoría Interna: como órgano responsable del buen funcionamiento del Departamento, deberá proponer la selección y nombramiento de su responsable; velar porque el Departamento de Auditoría realice sus funciones con total independencia, aprobar el Plan Anual de Auditoría Interna así como cualquier otro plan adicional que fuera necesario por necesidades organizativas; implica también que estar informada del grado de cumplimiento de los distintos departamentos de las recomendaciones del Departamento de Auditoría Interna debiendo informar al Consejo de Administración de los casos en los que pueda existir un riesgo para Mediaset España o su Grupo; así como revisar el cumplimiento de las acciones y medidas que sean consecuencia de los informes o actuaciones de inspección de las autoridades administrativas de supervisión y control.

(iv) en relación con la política de control y gestión de riesgos: es el órgano encargado de supervisar y controlar dicha política. Una descripción de los sistemas de gestión de riesgos de Mediaset y su Grupo se describe en el apartado E.- del presente Informe

Las actividades realizadas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento durante el ejercicio 2017 se agrupan en cinco categorías: (i) Información económico-financiera, (ii) Auditoría Externa, (iii) Auditoría Interna – Plan Anual, (iv) Normas de Gobierno Corporativo, (v) Control de Riesgos y (vi) Otros.

Para más información sobre las funciones y actividades realizadas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento consultar el Reglamento en el siguiente enlace: <http://www.mediaset.es/inversores/es>.

Identifique al consejero miembro de la comisión de auditoría que haya sido designado teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o en ambas e informe sobre el número de años que el Presidente de esta comisión lleva en el cargo.

<b>Nombre del consejero con experiencia</b>	DON JAVIER DIEZ DE POLANCO
<b>Nº de años del presidente en el cargo</b>	0

### **Comisión de Nombramientos y Retribuciones**

<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Categoría</b>
DOÑA CONSUELO CRESPO BOFILL	PRESIDENTE	Independiente
DOÑA CRISTINA GARMENDIA MENDIZÁBAL	VOCAL	Independiente
DON FEDELE CONFALONIERI	VOCAL	Dominical
DON GIULIANO ADREANI	VOCAL	Dominical

<b>% de consejeros dominicales</b>	50,00%
<b>% de consejeros independientes</b>	50,00%
<b>% de otros externos</b>	0,00%

Explique las funciones que tiene atribuidas esta comisión, describa los procedimientos y reglas de organización y funcionamiento de la misma y resuma sus actuaciones más importantes durante el ejercicio.

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.
- Asesorar sobre la dedicación que los Consejeros deben emplear en el desempeño su cometido.
- Asesorar sobre el número de Consejos de los que puede formar parte los miembros del Consejo de Administración. Los miembros del Consejo de Administración deberán recabar informe de la Comisión previamente a su incorporación al Consejo de Administración de terceras compañías.
- Recabar información sobre las restantes obligaciones profesionales de los Consejeros.
- Asesorar al Consejo de Administración en la sucesión del Presidente y primeros ejecutivos de la Compañía, formulando las sugerencias que estime oportunas.
- Elevar al Consejo de Administración las propuestas de nombramiento de Consejeros independientes para su designación por cooptación o para su sometimiento a la decisión de la Junta General, así como las propuestas para la reelección o separación de dichos Consejeros por la Junta General de accionistas .
- Informar sobre las propuestas de nombramiento de los restantes Consejeros para su designación por cooptación o para su sometimiento a la decisión de la Junta General, así como las propuestas para su reelección o separación por la Junta General;
- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de la Sociedad y proponerle las condiciones básicas de sus contratos.
- Informar al Consejo de Administración sobre los nombramientos y ceses de altos directivos que se produzcan en el seno de la Sociedad y proponerle las condiciones básicas de sus contratos.
- Informar al Consejo de Administración sobre las cuestiones de diversidad de género, asegurándose de que al proveer nuevas vacantes los procedimientos de selección no obstaculicen la selección de consejeras. Asimismo, la Comisión deberá incentivar a la Sociedad a la búsqueda e inclusión en la lista de candidatos de mujeres que reúnan el perfil profesional buscado.
- Establecer un objetivo de representación para el sexo menos representado en el Consejo de Administración y elaborar orientaciones sobre cómo alcanzar dicho objetivo;
- Asesorar al Consejo de Administración sobre el cese y nombramiento del Secretario.

- Velar por el cumplimiento por los consejeros de las obligaciones y deberes establecidos en el Reglamento así como en los Estatutos Sociales.
- Revisar periódicamente la política de remuneraciones aplicada a los consejeros y altos directivos , incluidos los sistemas retributivos con acciones y su aplicación, así como garantizar que su remuneración individual sea proporcionada a las que se pague a los demás consejeros y altos directivos de la Sociedad.
- Velar por la transparencia de las retribuciones y la inclusión en la Memoria anual y en el informe anual de gobierno corporativo de información acerca de las remuneraciones de los Consejeros y, a tal efecto, someter al Consejo cuanta información resulte procedente.
- Asistir al Consejo de Administración en la evaluación del Presidente del Consejo y de los primeros ejecutivos de la compañía y, concretamente, en la fijación y supervisión de la política de remuneraciones para Consejeros y altos ejecutivos, proponiendo la modalidad, procedimientos e importe de las retribuciones anuales de los Consejeros (incluyendo en su caso propuestas de incentivos tales como planes de opciones sobre acciones) , revisando periódicamente los programas de retribución y procurando que las remuneraciones se ajusten a criterios de moderación y adecuación con los resultados de la Sociedad.
- Formular y verificar un Informe sobre Política de Retribuciones de los Consejeros, que deberá ser aprobado por el Consejo de Administración y presentado ante la Junta General de accionistas.
- Asesorar al Consejo de Administración en la asignación del estatus que merezca cada Consejero al momento de proceder a su nombramiento o renovación, y revisarlo anualmente con ocasión de la elaboración del Informe Anual de Gobierno Corporativo.

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

### C.2.2 Complete el siguiente cuadro con la información relativa al número de consejeras que integran las comisiones del consejo de administración durante los últimos cuatro ejercicios:

	Número de consejeras							
	Ejercicio 2017		Ejercicio 2016		Ejercicio 2015		Ejercicio 2014	
	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%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
Comisión de Nombramientos y Retribuciones	2	50,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%

### C.2.3 Apartado derogado

### C.2.4 Apartado derogado.

### C.2.5 Indique, en su caso, la existencia de regulación de las comisiones del consejo, el lugar en que están disponibles para su consulta, y las modificaciones que se hayan realizado durante el ejercicio. A su vez, se indicará si de forma voluntaria se ha elaborado algún informe anual sobre las actividades de cada comisión.

Las comisiones de Auditoría y Cumplimiento así como la de Retribuciones y Nombramientos se regulan por lo establecido en el Reglamento del Consejo de Administración así como por lo establecido en los respectivos reglamentos. Ambos reglamentos están disponibles en nuestra página web <http://www.mediaset.es/inversores/es/gobierno-corporativo.html>.

Durante el ejercicio 2017 se ha modificado el Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Los cambios introducidos han sido numerosos aunque, desde un punto de vista sustantivo, no introducen ninguna competencia que no fuera ya desempeñada de hecho por la propia Comisión en el desarrollo de su normal actividad. Estos cambios afectaron a los siguientes artículos: el Artículo 3, sobre la composición cualitativa de la Comisión; el artículo 4, sobre la asistencia del auditor interno y, según en qué casos, del auditor externo a las reuniones de la Comisión, así como la necesidad de aprobar de forma preliminar un plan anual de trabajo; el artículo 5.1, sobre la necesidad de definir un proceso de selección del auditor externo, supervisión de dicho proceso y evaluación anual de la actuación e independencia de éste en el desempeño de su trabajo; el artículo 5.2, en relación con la supervisión de la información financiera; 5.3, con respecto al Sistema de Control Interno de dicha información; 5.5, en relación con la supervisión de la gestión y del control de los riesgos; 5.7, sobre transparencia y normas de gobierno corporativo, revisión de la política de responsabilidad corporativa, evaluación de riesgos

no financieros, y coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad; y el artículo 7, sobre medios y recursos de la Comisión.

La modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha tenido como finalidad introducir referencias a la política de diversidad.

Al igual que en años anteriores, se ha formulado un informe sobre las actividades realizadas en el ejercicio 2017 por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

## C.2.6 Apartado derogado.

## D OPERACIONES VINCULADAS Y OPERACIONES INTRAGRUPO

### D.1 Explique, en su caso, el procedimiento para la aprobación de operaciones con partes vinculadas e intragrupo.

#### Procedimiento para informar la aprobación de operaciones vinculadas

La aprobación de las operaciones vinculadas con accionistas, consejeros o miembros de la alta dirección, se realiza a través del Consejo de Administración de la Sociedad.

Es la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, la que deberá emitir un Informe sobre las mismas que incluirá, al menos, el tipo de operación, cuantía, sujetos afectados e impacto sobre la compañía. En el Informe se incluirán las recomendaciones de actuación y se elevará al Consejo de Administración para su aprobación.

Asimismo, la División Económico-Financiera, comprobará mensualmente que todas las operaciones vinculadas estén correctamente clasificadas y valoradas de acuerdo con la normativa aplicable. En el cierre anual se identificarán, detallarán y cuantificarán todas las transacciones realizadas con las partes vinculadas ocurridas durante el ejercicio. Esta información quedará reflejada en la Memoria de las Cuentas Anuales.

Por último, señalar que las operaciones recogidas en el presente Informe pertenecen al giro o tráfico ordinario realizado por la Compañía, han sido realizadas en condiciones normales de mercado y la información de las mismas figura también en las Cuentas Anuales del ejercicio 2017.

### 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	Banco mediolanum, SA	Comercial	Prestación de servicios	427
MEDIASET SPA	Boing spa	Contractual	Recepción de servicios	30
MEDIASET SPA	Mediaset investment sarl	Contractual	Otras	87
MEDIASET SPA	Publieurope international ltd	Comercial	Recepción de servicios	1.436
MEDIASET SPA	Publieurope international ltd	Comercial	Prestación de servicios	1.119
MEDIASET SPA	Reti televisive italiane spa	Comercial	Otras	1.250
MEDIASET SPA	Reti televisive italiane spa	Comercial	Prestación de servicios	217
MEDIASET SPA	Medusa Films SPA	Contractual	Recepción de servicios	60
MEDIASET SPA	Mediaset Spa	Comercial	Recepción de servicios	50

### D.3 Detalle las operaciones significativas por su cuantía o relevantes por su materia realizadas entre la sociedad o entidades de su grupo, y los administradores o directivos de la sociedad:

Nombre o denominación social de los administradores o directivos	Nombre o denominación social de la parte vinculada	Vínculo	Naturaleza de la operación	Importe (miles de euros)
DON GIUSEPPE TRINGALI	Publiespaña, SAU	Mercantil	Otras	654

#### 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:

#### D.5 Indique el importe de las operaciones realizadas con otras partes vinculadas.

69.585 (en miles de Euros).

#### 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:

- El cónyuge o las personas con análoga relación de afectividad.
- Los ascendientes, descendientes y hermanos tanto del consejero como de su cónyuge.
- Los cónyuges de los ascendientes, de los descendientes y de los hermanos del consejero.
- 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:

- Los socios que se encuentren, respecto de la persona jurídica, en alguna de las situaciones de control establecidas en la ley.
- Los administradores, de derecho o de hecho, los liquidadores, y los apoderados con poderes generales del consejero persona jurídica.
- Las sociedades que formen parte del mismo grupo y sus socios.
- Las personas que respecto del representante del consejero persona jurídica tengan la consideración de personas vinculadas de conformidad con lo que se establece en el párrafo anterior.

Si un consejero se encuentra en una situación de conflicto de interés deberá informar a la sociedad con carácter inmediato y abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente conforme a lo explicado anteriormente. Será el Consejo de Administración, previo informe favorable de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, el encargado de autorizar la misma. De igual modo se prohíbe a los consejeros realizar, por sí mismos o través de personas vinculadas, operaciones profesionales o comerciales con la Sociedad.

Adicionalmente y relacionado con los mecanismos de control indicar que los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo cuando su permanencia en el mismo pueda poner en riesgo los intereses de la Sociedad o afectar negativamente al crédito y reputación de la misma. De igual modo, el Consejo deberá abstenerse de asistir e intervenir en las deliberaciones que afecten a asuntos en los que se halle interesado personalmente.

Durante el ejercicio 2017 ningún consejero ha manifestado encontrarse en situaciones que pudieran suponer un conflicto de interés. En el caso de producirse, informaríamos de la misma en el Informe de Gobierno Corporativo.

En cuanto a los mecanismos para detectar posibles conflictos de interés entre el Grupo Mediaset España y sus accionistas indicar que, como ya hemos comentado en el apartado relacionado con las operaciones vinculadas, cualquier operación que realice la sociedad con sus accionistas significativos deberá ser autorizada por el Consejo de Administración, a excepción de las situaciones mencionadas en el punto D.1. anterior.

Para detectar y controlar posibles conflictos de interés entre la Sociedad y sus directivos la compañía regula estos aspectos a través del Código Ético y del Reglamento Interno de Conducta. Alguna de las situaciones que podrían dar lugar a este tipo de conflictos son:

- Realizar un contrato en nombre de Mediaset España con una empresa proveedora participada o gestionada por un amigo o familiar.
- Trabajar como consultor de un proveedor o cliente de la compañía.
- Llevar a cabo negocios por cuenta propia cuya naturaleza sea similar al trabajo desempeñado en Mediaset España.
- Tener interés personal o económico en un negocio con la sociedad.
- Obtener una ventaja personal o ganancia económica—al margen de la normal remuneración—en un acuerdo o relación comercial con un tercero que implique a Mediaset España.

El Grupo Mediaset España vigila este tipo de situaciones a través de la Dirección de Cumplimiento Normativo, compuesta por el Director General Corporativo, el Director General de Gestión y Operaciones y el Director de Auditoría Interna. En 2013, se actualizó la aceptación por parte del colectivo de directivos pertenecientes a la lista de personas afectas al cumplimiento del Reglamento Interno de Conducta. Asimismo, a lo largo del ejercicio 2017, la Dirección de Auditoría Interna mantuvo entrevistas específicas con los directivos de la compañía para identificar posibles riesgos de conflicto.

En el ejercicio 2017 no se han detectado situaciones de conflicto de interés, que no hubiesen sido notificadas previamente, en el colectivo de directivos.

## D.7 ¿Cotiza más de una sociedad del Grupo en España?

Sí

No

Identifique a las sociedades filiales que cotizan en España:

### Sociedad filial cotizada

Indique si han definido públicamente con precisión las respectivas áreas de actividad y eventuales relaciones de negocio entre ellas, así como las de la sociedad dependiente cotizada con las demás empresas del grupo;

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

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

**Mecanismos para resolver los eventuales conflictos de interés**

## E SISTEMAS DE CONTROL Y GESTION DE RIESGOS

### E.1 Explique el alcance del Sistema de Gestión de Riesgos de la sociedad, incluidos los de materia 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 son:

1. El Consejo de Administración.
2. La Comisión Ejecutiva.
3. La Comisión de Auditoría y Cumplimiento.
4. Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos.
5. El Comité de Riesgos.
6. El Comité de Blanqueo de Capitales (línea de negocio de Concursos).
7. La Dirección de Auditoría Interna.

La Política de Gestión Integral de Riesgos del Grupo Mediaset, es el principal instrumento para:

- a) Identificar los riesgos que pongan en peligro la consecución de los objetivos estratégicos.
- b) Proteger el balance, cuenta de resultados y generación de cashflow.
- c) Asegurar los intereses de los stakeholders del Grupo (accionistas, clientes, proveedores, etc.).
- d) Velar por la eficacia y eficiencia de las operaciones.
- e) Cumplir con la legislación, la normativa y los contratos que en su caso sean aplicables.

Dicha política, consiste en la elaboración de un Mapa de Riesgos, basado en el marco Enterprise Risk Management (ERM) del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO II), y cuyo alcance es el siguiente:

- La identificación de los riesgos más relevantes a nivel estratégico, de gobierno corporativo, de negocio, de crédito, de mercado, financiero, fiscal, regulatorio y normativo, reputacional y, en su caso medioambiental.

- Análisis de cada uno de los riesgos identificados y valoración de los mismos en función de su probabilidad y posible impacto en los estados financieros del Grupo y en la consecución de los objetivos estratégicos.
- Asignación de responsables específicos de cada uno de los riesgos identificados.
- Implantación de procedimientos, procesos, políticas de actuación y desarrollo de herramientas informáticas que permitan mitigar los riesgos y a su vez estimulen oportunidades de mejora.
- Realización de un seguimiento de control de los riesgos de una forma periódica para un nivel aceptado de riesgo.
- Continuo seguimiento a través de los sistemas de control de la información financiera de la correcta evaluación y control de los riesgos potenciales y efectivos identificados.
- Comunicación a los diferentes órganos de administración, dirección o de responsabilidad de sus competencias con total transparencia.
- Control del Sistema de Gestión de Riesgos a través de la Dirección de Auditoría Interna.

Asimismo, dentro del mapa de riesgos de Mediaset España, se contemplan entre otros:

1. El mapa de riesgos fiscales: En el mismo se analizan aquellos riesgos que por su naturaleza corporativa, transaccional, operacional, de cumplimiento, financiera, contable, organizacional y/o reputacional, puedan tener implicaciones relevantes fiscales para el Grupo.
2. El mapa de riesgos penales: En función de los delitos tipificados en la ley, se elabora un mapa de riesgos posibles de acuerdo a la naturaleza de la actividad de negocio del Grupo.

## E.2 Identifique los órganos de la sociedad responsables de la elaboración y ejecución del Sistema de 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 la misma. La política de operaciones vinculadas deberá hacerse pública mediante el Informe Anual de Gobierno Corporativo.

El Comité de Riesgos, formado por los principales directivos del Grupo, se encarga de la elaboración y validación del Mapa de Riesgos y de su presentación a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento. Asimismo, este órgano desempeña las funciones ejecutivas de gestión de los riesgos en la operativa diaria de la compañía, que a su vez ejerce la función de órgano comunicador hacia el resto de la organización en colaboración con la Dirección de Auditoría Interna. Es a través de la Dirección de Auditoría interna donde se analizan, supervisan y evalúan, dichos riesgos así como se coordinan los planes de acción necesarios para mitigarlos. Asimismo, Auditoría Interna es la responsable de coordinar con cada uno de las Direcciones dueñas de cada riesgo la implementación del sistema de seguimiento de los mismos.

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, 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:

- a) Regulatorio: el ejercicio 2017 ha sido un año más estable en cuanto a cambios regulatorios en el sector audiovisual. Aun así Mediaset se ha visto afectada por las continuas modificaciones en materia fiscal que ya se iniciaron en 2016.
- b) Entorno político y macroeconómico en España: La inestabilidad política en Cataluña provoca incertidumbre política general en el resto del país lo que contribuye a aumentar la incertidumbre en la economía española. Ello ha influido en la baja visibilidad de la inversión publicitaria por lo que éste es un riesgo que la compañía tiene en constante vigilancia.
- c) Reputacional: Mediaset España es dueña de muchas marcas, tanto corporativas como de producto asociadas a sus programas. Es por ello 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.

d) 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.

e) 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.

f) Transformación tecnológica: La constante y cada vez más rápida evolución tecnológica que puede afectar a la forma de consumir televisión hace que Mediaset España lleve desde hace tiempo adaptándose a los cambios y viendo nuevas oportunidades que pudieran surgir como consecuencia de la misma. Es una oportunidad que el Grupo cree que puede aprovechar.

g) Fuerte competencia en el sector audiovisual: Continuamos con una altísima competencia en el sector audiovisual por las diversas fuentes de oferta de contenidos existentes. En primer lugar, la gran segmentación que hay en la televisión en abierto con la emisión de más de 18 canales a nivel nacional. En segundo lugar la continua penetración del Pay TV en España con Movistar + y Vodafone principalmente. Y por último, el crecimiento de los nuevos actores de internet, a saber Netflix, HBO y la aparición en 2017 de Sky y Amazon.

#### E.4 Identifique si la entidad cuenta con un nivel de tolerancia al riesgo, incluido el fiscal.

El Sistema de Gestión de Riesgos, basado en la metodología COSO II, identifica unos niveles de riesgo para cada uno de los riesgos identificados que forman parte del Mapa de Riesgos de la compañía. En el mismo se incluyen los fiscales. Además, los riesgos se califican como "Dentro del riesgo aceptado" ó "Exceden del riesgo aceptado" en función de la probabilidad y el impacto en los objetivos estratégicos que el Grupo persigue. Para ello, el Grupo Mediaset tiene en cuenta las expectativas que los inversores, reguladores, clientes, proveedores y empleados puedan tener de una compañía como la nuestra. Asimismo, tanto la alta dirección como los directivos de las áreas clave del negocio (venta de publicidad, contenidos, programación, tecnología y sistemas y finanzas), participan en la identificación de los riesgos que les afectan. La Dirección de Auditoría Interna canaliza toda la información y evaluación de los riesgos y comparte y hace seguimiento periódicamente 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.

Durante 2017 se han materializado algunos riesgos:

a) Medidas adoptadas por el regulador que afectan a:

i. La compañía ha recibido ha recibido varios expedientes sancionadores por incumplimiento por exceso de emisión de publicidad y calificación de contenidos, aunque el impacto en los estados financieros de Mediaset no ha sido material. La Dirección General Corporativa ha desarrollado nuevos canales de concienciación y de control para reducir al máximo cualquier posible incumplimiento en términos de emisión de publicidad y de calificación de contenidos.

ii. Aprobación del Real Decreto 988/2015, de 30 de octubre, por el que se reguló el régimen jurídico de la obligación de financiación anticipada de determinadas obras audiovisuales europeas en el que se indica que las películas rodadas en lengua no castellana no serían consideradas películas españolas a efectos del cómputo de la obligación del 5% de inversión obligatoria anual en obras audiovisuales europeas.

b) Riesgos inherentes del negocio audiovisual debido a la fragmentación del mercado con la numerosa existencia de canales en abierto, han sido muy bien controlados por la alta capacidad de reacción de la compañía en relación a la contención de costes de contenidos de producción propia y ajena, eventos deportivos y noticias.

c) No se ha materializado ningún riesgo fiscal durante el ejercicio 2017.

c) La senda de apreciación del dólar frente al euro durante 2016 afecta a la compra de contenidos extranjeros. El impacto en el Grupo es insignificante derivado de la eficiente cobertura de tipos de cambio contratada.

#### E.6 Explique los planes de respuesta y supervisión para los principales riesgos de la entidad, incluidos los fiscales.

El Grupo Mediaset monitoriza diariamente las posibles amenazas que puedan activar o elevar el nivel de criticidad de los riesgos antes descritos. Concretamente, en cuanto a la incertidumbre regulatoria aún vigente, el Grupo tiene constituido un grupo de trabajo donde cualquier cambio 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. Ante la nueva entrada de competidores la compañía ha fortalecido su variedad de productos televisivos acorde a la situación de inversión publicitaria en el mercado.

En cuanto a la continua vigilancia que el regulador ejerce sobre los contenidos emitidos por nuestros canales, se han desarrollado los procesos e implementado las medidas cautelares oportunas a nivel de control editorial para que no se incumplan emisiones de contenidos en horarios de protección y se cataloguen debidamente los mismos con preaviso al telespectador. Si bien, hay que tener en cuenta que el criterio de evaluación de emisión de los contenidos es totalmente subjetivo, y por tanto es difícil poder eliminar este riesgo por completo.

Se confirma como acertada la decisión del Grupo de adoptar medidas dirigidas al control de costes, tanto de negocio como de estructura, dada la larga duración del período de salida de la crisis, o de afianzamiento del crecimiento económico. Dichas medidas perdurarán en el tiempo. La situación política en España afectará a la economía y por tanto al negocio audiovisual.

Mediaset España 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.

Por último, para mitigar los riesgos reputacionales, el Grupo ha mejorado la comunicación interdepartamental y la activación de alertas en caso de aparición de casos concretos. Asimismo, se ha mejorado la coordinación con las productoras de los programas con el fin de tener mayor rapidez reactiva. La monitorización diaria se ha extendido a las redes sociales, fuente en muchas ocasiones de posibles crisis que afectan a la imagen corporativa.

## **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 xiii 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 al Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF):

Para garantizar la fiabilidad de la información financiera, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento será responsable de:

1. Supervisar el proceso de elaboración e integridad de la información financiera revisando el correcto diseño del SCIIF de Mediaset y el cumplimiento de los requisitos normativos.
2. Aprobar el plan de auditoría interna para la evaluación del SCIIF y recibir información periódica del resultado de su trabajo, así como el plan de acción para corregir las deficiencias observadas.
3. Revisar, analizar y comentar los estados financieros y otra información financiera relevante con la alta dirección, auditores internos y externos, para confirmar que la información es fiable, comprensible, relevante y que se han seguido criterios contables consistentes con el cierre anual anterior.
4. Supervisar, tanto el proceso desarrollado por la alta dirección para realizar juicios, valoraciones y estimaciones significativas, valorando su impacto en los estados financieros; como las decisiones sobre los ajustes propuestos por el auditor externo, así como conocer y, en su caso, mediar en los desacuerdos entre ellos.
5. Garantizar que el proceso de evaluación del SCIIF de Mediaset haya sido diseñado de manera que permita alcanzar los objetivos del proceso y dar validez a las conclusiones de los informes que le son remitidos por los involucrados en las tareas de evaluación.
6. Supervisar la evaluación continua, realizada por Mediaset, de la organización de las actividades de control, para obtener una seguridad razonable acerca de la implantación y funcionamiento del SCIIF.

7. Garantizar que la información que se divulgue al mercado relativo a las normas del SCIIF sea clara y comprensible y contenga los desgloses suficientes, precisos y necesarios.”

Finalmente, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, delega la responsabilidad de supervisión del SCIIF en la Dirección de Auditoría Interna.

### F.1.2. Si existen, especialmente en lo relativo al proceso de elaboración de la información financiera, los siguientes elementos:

- Departamentos y/o mecanismos encargados: (i) del diseño y revisión de la estructura organizativa; (ii) de definir claramente las líneas de responsabilidad y autoridad, con una adecuada distribución de tareas y funciones; y (iii) de que existan procedimientos suficientes para su correcta difusión en la entidad.

El Consejo de Administración de Mediaset España define la estructura organizativa de primer nivel. A partir de éste, el Consejero Delegado junto con la Dirección de Recursos Humanos, realizan el despliegue organizativo en todos los ámbitos.

Cada Dirección General elabora una estructura organizativa, que incluye una descripción de puestos y responsabilidades, que es supervisada y validada por la Dirección de Recursos Humanos.

La principal responsabilidad en relación a 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, Reporting y Participadas.
- 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.

La reforma del Código Penal del año 2010 introdujo la responsabilidad penal de las personas jurídicas, determinando que las empresas puedan ser declaradas responsables de los delitos cometidos por sus administradores para su propio provecho, o por cualquier empleado, por no haber ejercido el debido control. En 2015 se aprobó definitivamente el nuevo Código Penal. En 2016, el Grupo Mediaset, ha continuado con la actualización y mejora de su Modelo de Prevención y Detención de Delitos. Como resultado del mismo, se han actualizado los siguientes procedimientos:

1. PROCEDIMIENTO DE GESTIÓN DE CLIENTES.
2. PROCEDIMIENTO DE UTILIZACIÓN Y GESTIÓN DEL CANAL DE DENUNCIAS CORPORATIVO.
3. POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS
4. PROTOCOLO DE HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES
5. PROCEDIMIENTO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN DE REPORTING
6. PROCEDIMIENTO DE INCIDENCIAS Y RECLAMACIONES A CLIENTES

La Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos como órgano responsable del modelo de prevención de delitos de la compañía. Es esta unidad la encargada de analizar incumplimientos y de proponer acciones correctoras y sanciones en todo lo relacionado con el Código Ético del Grupo.

Todos los profesionales empleados en el Grupo y los que a futuro se van incorporando, han aceptado y aceptarán expresamente el contenido del Código Ético. Existe un procedimiento liderado por la Dirección de Recursos Humanos mediante el cual, a los nuevos empleados, se les informa de la existencia del Código Ético y de su obligado cumplimiento.

- Canal de denuncias, que permita la comunicación al comité de auditoría de irregularidades de naturaleza financiera y contable, en adición a eventuales incumplimientos del código de conducta y actividades irregulares en la organización, informando en su caso si éste es de naturaleza confidencial.

El Grupo Mediaset dispone de un procedimiento a seguir por parte de cualquier empleado, directivo, administrador o grupo de interés de Mediaset España que tenga fundadas sospechas de la existencia de prácticas contrarias a los principios y valores del Código Ético o a la ética y la buena fe en los negocios. Entre ellas, se encuentran las malas prácticas financieras y/o contables o que no 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 la misma, el fraude, soborno y/o cohecho, el incumplimiento legal y regulatorio y los conflictos de interés.

La comunicación se realiza a través de la Dirección de Auditoría Interna, 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 Unidad de Cumplimiento y Prevención y en su caso a la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, órgano que efectuará la valoración final.

En 2017 el Canal de Denuncias se mejoró desarrollando un módulo en la intranet del Grupo en el que el empleado accede al mismo y cumplimenta su denuncia la cual queda a disposición de Auditoría Interna, garantizándose en todo momento la confidencialidad del denunciante. En 2017 se implementó también un pop-up que recuerda cada 6 meses a todos los empleados y colaboradores que trabajan en las instalaciones de Mediaset que tienen a su disposición una canal de denuncias. Este pop-up se mostró a un total de 2578 usuarios (internos y externos) que trabajan en el entorno de Mediaset España.

Durante 2017 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 2017, este colectivo de personal formado por 93 personas ha recibido un total de 574 horas de formación, de las cuales 469 horas corresponden actividades de actualización sobre control interno, contabilidad y fiscalidad y prevención de fraude y blanqueo de capitales.

## F.2 Evaluación de riesgos de la información financiera

Informe, al menos, de:

### F.2.1. Cuáles son las principales características del proceso de identificación de riesgos, incluyendo los de error o fraude, en cuanto a:

- Si el proceso existe y está documentado.

El Grupo Mediaset tiene desarrollado un sistema de control e identificación de riesgos de error en la información financiera. Dicho sistema se encuentra documentado y se guarda copia de seguridad en los sistemas de la Dirección de Auditoría Interna.

Dicho sistema, parte del Sistema de Gestión Integral de Riesgos (SGIR) del Grupo Mediaset. El Sistema de Gestión de Riesgos (en adelante SGIR), se basa en el marco Enterprise Risk Management (ERM) del Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO II), Como metodología, primeramente se identifican los objetivos y riesgos estratégicos de la compañía. En segundo lugar, una vez definidos éstos, se identifican los riesgos operacionales, de cumplimiento y de reporting. Cada riesgo se evalúa en función de la probabilidad de ocurrencia y el posible impacto que pueda tener para la consecución de los objetivos estratégicos.

Este sistema parte inicialmente de una identificación de las empresas que forman el perímetro de consolidación del Grupo Mediaset y las líneas de negocio en las que actúa el Grupo. En segundo lugar, se identifican y documentan los procesos tanto recurrentes como no recurrentes que pueden tener incidencia o repercusión en los estados financieros de cada una

de las compañías, ya sea vía balance, cuenta de resultados, estado de cashflow o desgloses. Seguidamente, se revisan los riesgos asociados a dichos procesos y los controles establecidos para mitigarlos.

En cada uno de estos procesos se establecen controles específicos, sobre los que se realizan pruebas de trazabilidad. De los resultados de cada prueba se obtienen posibles resultados de error en la información financiera relacionados con la valoración de la operación, el corte de la misma, su registro, o su integridad. Estos resultados se priorizan en función de su materialidad.

Los controles establecidos para cada riesgo incluyen prevención y detección de errores y de fraude. La compañía tiene unas políticas y procedimientos, así como un protocolo en sus sistemas de información que tratan de minimizar este tipo de riesgos. Entre ellas cabe destacar:

1. Procedimiento del Comité de adquisiciones y ventas,
2. Procedimiento de adquisiciones de bienes y servicios,
3. Procedimiento de firma de contratos,
4. Procedimiento de gestión de apoderamientos,
5. Política de seguridad corporativa y sus procedimientos asociados, y
6. Procedimiento de gestión de clientes.
7. Protocolo de homologación de proveedores.

- Si el proceso cubre la totalidad de objetivos de la información financiera, (existencia y ocurrencia; integridad; valoración; presentación, desglose y comparabilidad; y derechos y obligaciones), si se actualiza y con qué frecuencia.

Tal y como se menciona en el apartado anterior, el sistema implementado cubre los procesos que puedan derivar en un riesgo de existencia, ocurrencia, integridad y valoración, presentación y desglose, corte y registro en las operaciones con impacto material en la información financiera. La periodicidad con la que se actualizan dichos procesos es como mínimo de forma semestral. En 2014 la Dirección de Auditoría Interna actualizó todos los procedimientos y políticas vigentes del Grupo Mediaset España. Si bien, como consecuencia de la aprobación en 2015 del nuevo Código Penal, en 2016 se actualizaron y revisaron aquellos que pudieran verse afectados para responder a las nuevas necesidades y obligaciones que se deriven de la aplicación del mismo. En concreto:

- 1) Código Ético del Grupo Mediaset.
- 2) Reglamento Interno de Conducta.
- 3) Canal de Denuncias.

- 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 a lo establecido en su artículo 5.2.c, es la encargada de supervisar la adecuada delimitación del perímetro de consolidación del Grupo Mediaset. Para ello, cualquier cambio, modificación, alta o desinversión en el organigrama societario del Grupo Mediaset España es controlado a través de la Secretaría General del Consejo y de la Dirección General Corporativa. Ésta, previa autorización por parte del Consejo de Administración, informa de cualquier transmisión o adquisición de participaciones accionariales, proporcionando la documentación justificativa a tal efecto a las Direcciones que puedan verse afectadas. La Dirección General de Gestión y Operaciones, a través de la División Económico-Financiera es la encargada de identificar y asesorar sobre el impacto de dichas alteraciones en el perímetro de consolidación del Grupo. En cada cierre contable, se obtiene la estructura societaria existente en el Grupo, la cual es validada entre la Dirección de Asesoría Jurídica y la División Económico-Financiera.

Asimismo, y en el caso de que las participaciones directas de la Sociedad sean también grupos de sociedades, existe un proceso interno por el cual todos los movimientos (compras, ventas, liquidaciones, fusiones, traspasos, etc.) en las mismas son informados a la División Económico-Financiera en el mismo momento en que acontecen, de la siguiente forma:

- a. En el caso de participaciones donde la Sociedad tiene el control operativo, mediante los procesos de reporting mensual establecidos a tal efecto, así como a través de la comunicación del representante de la Sociedad en los órganos de administración de dichas sociedades.
- b. En el caso de sociedades en las que la Sociedad no tiene el control, los representantes de la Sociedad en los órganos de administración de las mismas 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, 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.

Los Consejeros Delegados, 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, con el apoyo de la Dirección de Auditoría, 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.

**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 las mismas.

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.

En el año 2016 se implementó un Protocolo de Homologación de Proveedores a través del cual se describen las características, obligaciones y criterios necesarios para poder presentar ofertas de servicios y productos al Grupo Mediaset así como para poder ser seleccionado y realizar operaciones con nuestro Grupo.

## F.4 Información y comunicación

Informe, señalando sus principales características, si dispone al menos de:

### F.4.1. Una función específica encargada de definir, mantener actualizadas las políticas contables (área o departamento de políticas contables) y resolver dudas o conflictos derivados de su interpretación, manteniendo una comunicación fluida con los responsables de las operaciones en la organización, así como un manual de políticas contables actualizado y comunicado a las unidades a través de las que opera la entidad.

La Dirección de Consolidación, Reporting y Participadas es la encargada de definir, mantener actualizadas las políticas contables y resolver cualquier duda o conflicto que pudiese originarse por la interpretación de las políticas contables aprobadas en el Grupo. Esta Dirección es dependiente de la División Económico-Financiera, la cual forma parte de la Dirección General de Gestión y Operaciones. La Dirección de Reporting es la encargada del mantenimiento y actualización del Manual de Políticas Contables del Grupo Mediaset España y asegura una adecuada difusión. El Manual Contable se actualiza como consecuencia de los cambios normativos siendo la última versión de fecha 31 de diciembre de 2016. La Dirección económico-Financiera está actualizando dicha versión para trasladar los últimos cambios por la entrada en vigor de las NIFF 9, 15 y 16 de aplicabilidad en 2018.

### 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, Deister 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 agiliza y controlan los procesos necesarios para la consolidación del Grupo.

Microstrategy es la herramienta de reporting y consolidación que captura y prepara 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 el comité de auditoría así como si la entidad cuenta con una función de auditoría interna que tenga entre sus competencias la de apoyo al comité en su labor de supervisión del sistema de control interno, incluyendo el SCIIF. Asimismo se informará del alcance de la evaluación del SCIIF realizada en el ejercicio y del procedimiento por el cual el encargado de ejecutar la evaluación comunica sus resultados, si la entidad cuenta con un plan de acción que detalle las eventuales medidas correctoras, y si se ha considerado su impacto en la información financiera.

Tal y como se ha detallado en el apartado F.1.1, de forma resumida, las competencias de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento incluyen las siguientes:

1. Supervisar el proceso de elaboración e integridad de la información financiera.
2. Aprobar el plan de auditoría interna para la evaluación del SCIIF.
3. Revisar, analizar y comentar los estados financieros y otra información financiera relevante con los intervinientes en la elaboración y aprobación de la misma.
4. Supervisar el proceso de realización de juicios, valoraciones y estimaciones significativas, y mediar en casos de conflicto.
5. Garantizar que el proceso de evaluación del SCIIF del Grupo Mediaset se ha diseñado para alcanzar los objetivos del proceso.
6. Supervisar la evaluación continua del SCIIF.
7. Garantizar que la información del SCIIF que se divulgue sea clara y comprensible.

La Comisión de Auditoría y Cumplimiento se apoya en la Dirección de Auditoría para la realización de estas actividades. Ésta, 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 2017, se revisaron 198 controles asociados a 28 procesos de la compañía.

F.5.2. Si cuenta con un procedimiento de discusión mediante el cual, el auditor de cuentas (de acuerdo con lo establecido en las NTA), la función de auditoría interna y otros expertos puedan comunicar a la alta dirección y al comité 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 publica.

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

Toda la información se encuentra recogida en los apartados anteriores.

## 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 remitida a los mercados ha sido sometida a la revisión del auditor externo de la compañía, la sociedad Deloitte, S.L.

## **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

Explicar

2. Que cuando coticen la sociedad matriz y una sociedad dependiente ambas definan públicamente con precisión:

a) Las respectivas áreas de actividad y eventuales relaciones de negocio entre ellas, así como las de la sociedad dependiente cotizada con las demás empresas del grupo.

b) Los mecanismos previstos para resolver los eventuales conflictos de interés que puedan presentarse.

Cumple

Cumple parcialmente

Explicar

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  Cumple parcialmente  Explique

4. Que la sociedad defina y promueva una política de comunicación y contactos con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto que sea plenamente respetuosa con las normas contra el abuso de mercado y dé un trato semejante a los accionistas que se encuentren en la misma posición.

Y que la sociedad haga pública dicha política a través de su página web, incluyendo información relativa a la forma en que la misma se ha puesto en práctica e identificando a los interlocutores o responsables de llevarla a cabo.

Cumple  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  Cumple parcialmente  Explique

6. Que las sociedades cotizadas que elaboren los informes que se citan a continuación, ya sea de forma preceptiva o voluntaria, los publiquen en su página web con antelación suficiente a la celebración de la junta general ordinaria, aunque su difusión no sea obligatoria:

- a) Informe sobre la independencia del auditor.
- b) Informes de funcionamiento de las comisiones de auditoría y de nombramientos y retribuciones.
- c) Informe de la comisión de auditoría sobre operaciones vinculadas.
- d) Informe sobre la política de responsabilidad social corporativa.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique

7. Que la sociedad transmita en directo, a través de su página web, la celebración de las juntas generales de accionistas.

Cumple  Explique

8. Que la comisión de auditoría vele porque el consejo de administración procure presentar las cuentas a la junta general de accionistas sin limitaciones ni salvedades en el informe de auditoría y que, en los supuestos excepcionales en que existan salvedades, tanto el presidente de la comisión de auditoría como los auditores expliquen con claridad a los accionistas el contenido y alcance de dichas limitaciones o salvedades.

Cumple  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

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

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

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

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

Explique

14. Que el consejo de administración apruebe una política de selección de consejeros que:

- a) Sea concreta y verificable.
- b) Asegure que las propuestas de nombramiento o reelección se fundamenten en un análisis previo de las necesidades del consejo de administración.
- c) Favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias y género.

Que el resultado del análisis previo de las necesidades del consejo de administración se recoja en el informe justificativo de la comisión de nombramientos que se publique al convocar la junta general de accionistas a la que se someta la ratificación, el nombramiento o la reelección de cada consejero.

Y que la política de selección de consejeros promueva el objetivo de que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo de administración.

La comisión de nombramiento verificará anualmente el cumplimiento de la política de selección de consejeros y se informará de ello en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique

Se cumple en su totalidad a excepción de que la compañía no ha considerado necesario incluir plazo ni porcentaje de representación femenina ya que se van a hacer todos los esfuerzos posibles para ampliar el número de consejeras a medio y largo plazo.

A pesar de no incluirse expresamente, uno de los objetivos de la compañía siempre ha sido el de aumentar el número de consejeras en el Consejo de Administración; tras los últimos nombramientos éste ha podido incrementarse dos, representando las consejeras en la actualidad un 23% de los miembros del Consejo de Administración.

15. Que los consejeros dominicales e independientes constituyan una amplia mayoría del consejo de administración y que el número de consejeros ejecutivos sea el mínimo necesario, teniendo en cuenta la complejidad del grupo societario y el porcentaje de participación de los consejeros ejecutivos en el capital de la sociedad.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique

16. Que el porcentaje de consejeros dominicales sobre el total de consejeros no ejecutivos no sea mayor que la proporción existente entre el capital de la sociedad representado por dichos consejeros y el resto del capital.

Este criterio podrá atenuarse:

- a) En sociedades de elevada capitalización en las que sean escasas las participaciones accionariales que tengan legalmente la consideración de significativas.
- b) Cuando se trate de sociedades en las que exista una pluralidad de accionistas representados en el consejo de administración y no existan vínculos entre sí.

Cumple  Explique

17. Que el número de consejeros independientes represente, al menos, la mitad del total de consejeros.

Que, sin embargo, cuando la sociedad no sea de elevada capitalización o cuando, aun siéndolo, cuente con un accionista o varios actuando concertadamente, que controlen más del 30% del capital social, el número de consejeros independientes represente, al menos, un tercio del total de consejeros.

Cumple  Explique

18. Que las sociedades hagan pública a través de su página web, y mantengan actualizada, la siguiente información sobre sus consejeros:

- a) Perfil profesional y biográfico.

- b) Otros consejos de administración a los que pertenezcan, se trate o no de sociedades cotizadas, así como sobre las demás actividades retribuidas que realice cualquiera que sea su naturaleza.
- c) Indicación de la categoría de consejero a la que pertenezcan, señalándose, en el caso de consejeros dominicales, el accionista al que representen o con quien tengan vínculos.
- d) Fecha de su primer nombramiento como consejero en la sociedad, así como de las posteriores reelecciones.
- e) Acciones de la compañía, y opciones sobre ellas, de las que sean titulares.

Cumple

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

20. Que los consejeros dominicales presenten su dimisión cuando el accionista a quien representen transmita íntegramente su participación accionarial. Y que también lo hagan, en el número que corresponda, cuando dicho accionista rebaje su participación accionarial hasta un nivel que exija la reducción del número de sus consejeros dominicales.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

21. Que el consejo de administración no proponga la separación de ningún consejero independiente antes del cumplimiento del período estatutario para el que hubiera sido nombrado, salvo cuando concurra justa causa, apreciada por el consejo de administración previo informe de la comisión de nombramientos. En particular, se entenderá que existe justa causa cuando el consejero pase a ocupar nuevos cargos o contraiga nuevas obligaciones que le impidan dedicar el tiempo necesario al desempeño de las funciones propias del cargo de consejero, incumpla los deberes inherentes a su cargo o incurra en algunas de las circunstancias que le hagan perder su condición de independiente, de acuerdo con lo establecido en la legislación aplicable.

También podrá proponerse la separación de consejeros independientes como consecuencia de ofertas públicas de adquisición, fusiones u otras operaciones corporativas similares que supongan un cambio en la estructura de capital de la sociedad, cuando tales cambios en la estructura del consejo de administración vengan propiciados por el criterio de proporcionalidad señalado en la recomendación 16.

Cumple

Explique

22. Que las sociedades establezcan reglas que obliguen a los consejeros a informar y, en su caso, dimitir en aquellos supuestos que puedan perjudicar al crédito y reputación de la sociedad y, en particular, les obliguen a informar al consejo de administración de las causas penales en las que aparezcan como imputados, así como de sus posteriores vicisitudes procesales.

Y que si un consejero resultara procesado o se dictara contra él auto de apertura de juicio oral por alguno de los delitos señalados en la legislación societaria, el consejo de administración examine el caso tan pronto como sea posible y, a la vista de sus circunstancias concretas, decida si procede o no que el consejero continúe en su cargo. Y que de todo ello el consejo de administración dé cuenta, de forma razonada, en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple

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

24. Que cuando, ya sea por dimisión o por otro motivo, un consejero cese en su cargo antes del término de su mandato, explique las razones en una carta que remitirá a todos los miembros del consejo de administración. Y que, sin perjuicio de que dicho cese se comunique como hecho relevante, del motivo del cese se dé cuenta en el informe anual de gobierno corporativo.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

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

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

Cumple parcialmente

Explique

La recomendación se cumple de manera parcial dado que durante el ejercicio 2017 el Consejo de Administración se ha reunido en 7 ocasiones.

La compañía considera que ese número de reuniones han sido suficientes para que el Consejo de Administración desempeñe con eficacia la totalidad de las funciones en él delegadas.

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

Cumple parcialmente

Explique

28. Que cuando los consejeros o el secretario manifiesten preocupación sobre alguna propuesta o, en el caso de los consejeros, sobre la marcha de la sociedad y tales preocupaciones no queden resueltas

en el consejo de administración, a petición de quien las hubiera manifestado, se deje constancia de ellas en el acta.

Cumple       Cumple parcialmente       Explique       No aplicable

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       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       Explique       No aplicable

31. Que el orden del día de las sesiones indique con claridad aquellos puntos sobre los que el consejo de administración deberá adoptar una decisión o acuerdo para que los consejeros puedan estudiar o recabar, con carácter previo, la información precisa para su adopción.

Cuando, excepcionalmente, por razones de urgencia, el presidente quiera someter a la aprobación del consejo de administración decisiones o acuerdos que no figuraran en el orden del día, será preciso el consentimiento previo y expreso de la mayoría de los consejeros presentes, del que se dejará debida constancia en el acta.

Cumple       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       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       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

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  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  Cumple parcialmente  Explique

37. Que cuando exista una comisión ejecutiva, la estructura de participación de las diferentes categorías de consejeros sea similar a la del propio consejo de administración y su secretario sea el de este último.

Cumple  Cumple parcialmente  Explique  No aplicable

La composición de la Comisión Ejecutiva desde el 1 de enero hasta el 20 de diciembre de 2017, variaba ligeramente con respecto a la del Consejo de Administración dada su importancia como órgano delegado del Consejo; así el porcentaje de consejeros ejecutivos era más reducido, pasando del 23,08% al 16,66% en la Comisión, así como el de consejeros dominicales, del 38,46% en el Consejo a un 33,33% en la Comisión ejecutiva, aumentado por tanto el porcentaje de consejeros independientes.

Dado que los nombramientos por cooptación aprobados el 20 de diciembre de 2017 deberán ser sometidos a la ratificación de la Junta General de Accionistas que se celebrará en el 2018, la sociedad ha decidido posponer el nombramiento de los consejeros independientes que vayan a formar parte de la Comisión Ejecutiva hasta la celebración de dicha Junta.

Señalar que el Presidente del Consejo de Administración y de la Comisión Ejecutiva es un consejero externo.

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  Cumple parcialmente  Explique  No aplicable

39. Que los miembros de la comisión de auditoría, y de forma especial su presidente, se designen teniendo en cuenta sus conocimientos y experiencia en materia de contabilidad, auditoría o gestión de riesgos, y que la mayoría de dichos miembros sean consejeros independientes.

Cumple

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

Cumple parcialmente

Explique

41. Que el responsable de la unidad que asuma la función de auditoría interna presente a la comisión de auditoría su plan anual de trabajo, informe directamente de las incidencias que se presenten en su desarrollo y someta al final de cada ejercicio un informe de actividades.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

42. Que, además de las previstas en la ley, correspondan a la comisión de auditoría las siguientes funciones:

1. En relación con los sistemas de información y control interno:

- a) Supervisar el proceso de elaboración y la integridad de la información financiera relativa a la sociedad y, en su caso, al grupo, revisando el cumplimiento de los requisitos normativos, la adecuada delimitación del perímetro de consolidación y la correcta aplicación de los criterios contables.
- b) Velar por la independencia de la unidad que asume la función de auditoría interna; proponer la selección, nombramiento, reelección y cese del responsable del servicio de auditoría interna; proponer el presupuesto de ese servicio; aprobar la orientación y sus planes de trabajo, asegurándose de que su actividad esté enfocada principalmente hacia los riesgos relevantes de la sociedad; recibir información periódica sobre sus actividades; y verificar que la alta dirección tenga en cuenta las conclusiones y recomendaciones de sus informes.
- c) Establecer y supervisar un mecanismo que permita a los empleados comunicar, de forma confidencial y, si resulta posible y se considera apropiado, anónima, las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financieras y contables, que adviertan en el seno de la empresa.

2. En relación con el auditor externo:

- a) En caso de renuncia del auditor externo, examinar las circunstancias que la hubieran motivado.
- b) Velar que la retribución del auditor externo por su trabajo no comprometa su calidad ni su independencia.
- c) Supervisar que la sociedad comunique como hecho relevante a la CNMV el cambio de auditor y lo acompañe de una declaración sobre la eventual existencia de desacuerdos con el auditor saliente y, si hubieran existido, de su contenido.
- d) Asegurar que el auditor externo mantenga anualmente una reunión con el pleno del consejo de administración para informarle sobre el trabajo realizado y sobre la evolución de la situación contable y de riesgos de la sociedad.
- e) Asegurar que la sociedad y el auditor externo respetan las normas vigentes sobre prestación de servicios distintos a los de auditoría, los límites a la concentración del negocio del auditor y, en general, las demás normas sobre independencia de los auditores.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

La sociedad cumple parcialmente la presente Recomendación dado que el auditor externo no mantiene una reunión anual con el pleno del Consejo de Administración de la compañía.

En las reuniones mantenidas por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento a las que asiste el auditor externo, se analiza tanto el trabajo realizado por éste, como la evolución de la situación contable y de riesgos de la compañía; dado que el Presidente de la mencionada Comisión informa puntualmente al Consejo de Administración sobre dichos asuntos, la Sociedad considera que el pleno del Consejo de Administración es informado puntualmente sobre la labor realizada por el auditor externo.

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

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

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

45. Que la política de control y gestión de riesgos identifique al menos:

- a) Los distintos tipos de riesgo, financieros y no financieros (entre otros los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales) a los que se enfrenta la sociedad, incluyendo entre los financieros o económicos, los pasivos contingentes y otros riesgos fuera de balance.
- b) La fijación del nivel de riesgo que la sociedad considere aceptable.
- c) Las medidas previstas para mitigar el impacto de los riesgos identificados, en caso de que llegaran a materializarse.
- d) Los sistemas de información y control interno que se utilizarán para controlar y gestionar los citados riesgos, incluidos los pasivos contingentes o riesgos fuera de balance.

Cumple

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

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

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

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

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

Cumple parcialmente

Explique

51. Que la comisión de retribuciones consulte al presidente y al primer ejecutivo de la sociedad, especialmente cuando se trate de materias relativas a los consejeros ejecutivos y altos directivos.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones consulta al Presidente, al primer ejecutivo y al Consejo de Administración en pleno, las materias relativas a los consejeros ejecutivos y las más sensibles aplicables a la alta dirección.

En lo demás, las cuestiones relativas a la alta dirección son puestas en conocimiento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones.

52. Que las reglas de composición y funcionamiento de las comisiones de supervisión y control figuren en el reglamento del consejo de administración y que sean consistentes con las aplicables a las comisiones legalmente obligatorias conforme a las recomendaciones anteriores, incluyendo:

- a) Que estén compuestas exclusivamente por consejeros no ejecutivos, con mayoría de consejeros independientes.
- b) Que sus presidentes sean consejeros independientes.
- c) Que el consejo de administración designe a los miembros de estas comisiones teniendo presentes los conocimientos, aptitudes y experiencia de los consejeros y los cometidos de cada comisión, delibere sobre sus propuestas e informes; y que rinda cuentas, en el primer pleno del consejo de administración posterior a sus reuniones, de su actividad y que respondan del trabajo realizado.
- d) Que las comisiones puedan recabar asesoramiento externo, cuando lo consideren necesario para el desempeño de sus funciones.
- e) Que de sus reuniones se levante acta, que se pondrá a disposición de todos los consejeros.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

No aplicable

53. Que la supervisión del cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo, de los códigos internos de conducta y de la política de responsabilidad social corporativa se atribuya a una o se reparta entre varias comisiones del consejo de administración que podrán ser la comisión de auditoría, la de nombramientos, la comisión de responsabilidad social corporativa, en caso de existir, o una comisión especializada que el consejo de administración, en ejercicio de sus facultades de auto-organización, decida crear al efecto, a las que específicamente se les atribuyan las siguientes funciones mínimas:

- a) La supervisión del cumplimiento de los códigos internos de conducta y de las reglas de gobierno corporativo de la sociedad.
- b) La supervisión de la estrategia de comunicación y relación con accionistas e inversores, incluyendo los pequeños y medianos accionistas.
- c) La evaluación periódica de la adecuación del sistema de gobierno corporativo de la sociedad, con el fin de que cumpla su misión de promover el interés social y tenga en cuenta, según corresponda, los legítimos intereses de los restantes grupos de interés.
- d) La revisión de la política de responsabilidad corporativa de la sociedad, velando por que esté orientada a la creación de valor.
- e) El seguimiento de la estrategia y prácticas de responsabilidad social corporativa y la evaluación de su grado de cumplimiento.
- f) La supervisión y evaluación de los procesos de relación con los distintos grupos de interés.
- g) La evaluación de todo lo relativo a los riesgos no financieros de la empresa –incluyendo los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales.
- h) La coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad, conforme a la normativa aplicable y a los estándares internacionales de referencia.

Cumple

Cumple parcialmente

Explique

54. Que la política de responsabilidad social corporativa incluya los principios o compromisos que la empresa asuma voluntariamente en su relación con los distintos grupos de interés e identifique al menos:

- a) Los objetivos de la política de responsabilidad social corporativa y el desarrollo de instrumentos de apoyo.
- b) La estrategia corporativa relacionada con la sostenibilidad, el medio ambiente y las cuestiones sociales.
- c) Las prácticas concretas en cuestiones relacionadas con: accionistas, empleados, clientes, proveedores, cuestiones sociales, medio ambiente, diversidad, responsabilidad fiscal, respeto de los derechos humanos y prevención de conductas ilegales.
- d) Los métodos o sistemas de seguimiento de los resultados de la aplicación de las prácticas concretas señaladas en la letra anterior, los riesgos asociados y su gestión.
- e) Los mecanismos de supervisión del riesgo no financiero, la ética y la conducta empresarial.
- f) Los canales de comunicación, participación y diálogo con los grupos de interés.
- g) Las prácticas de comunicación responsable que eviten la manipulación informativa y protejan la integridad y el honor.

Cumple                       Cumple parcialmente                       Explique

55. Que la sociedad informe, en un documento separado o en el informe de gestión, sobre los asuntos relacionados con la responsabilidad social corporativa, utilizando para ello alguna de las metodologías aceptadas internacionalmente.

Cumple                       Cumple parcialmente                       Explique

56. Que la remuneración de los consejeros sea la necesaria para atraer y retener a los consejeros del perfil deseado y para retribuir la dedicación, cualificación y responsabilidad que el cargo exija, pero no tan elevada como para comprometer la independencia de criterio de los consejeros no ejecutivos.

Cumple                       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                       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       Explique       No aplicable

La sociedad considera que cumple parcialmente la recomendación ya que los componentes variables de las remuneraciones del ejercicio 2017 no promueven la sostenibilidad de la empresa y no incluyen 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.

Los criterios considerados en las retribuciones variables son únicamente de contenido económico relacionados principalmente con la generación de valor y rentabilidad al accionista. La Sociedad no considera a día de hoy necesario incluir otros parámetros para el cálculo de los componentes variables de las retribuciones.

59. Que el pago de una parte relevante de los componentes variables de la remuneración se difiera por un período de tiempo mínimo suficiente para comprobar que se han cumplido las condiciones de rendimiento previamente establecidas.

Cumple       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       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       Cumple parcialmente       Explique       No aplicable

62. Que una vez atribuidas las acciones o las opciones o derechos sobre acciones correspondientes a los sistemas retributivos, los consejeros no puedan transferir la propiedad de un número de acciones equivalente a dos veces su remuneración fija anual, ni puedan ejercer las opciones o derechos hasta transcurrido un plazo de, al menos, tres años desde su atribución.

Lo anterior no será de aplicación a las acciones que el consejero necesite enajenar, en su caso, para satisfacer los costes relacionados con su adquisición.

Cumple       Cumple parcialmente       Explique       No aplicable

La Sociedad cumple parcialmente esta recomendación, dado que el Plan de incentivación a medio plazo destinado a los Consejeros, y aprobado en la Junta General celebrada en el 2017, 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.

Para más información se transcribe a continuación el acuerdo aprobado:

“Autorizar al Consejo de Administración para que pueda aprobar el establecimiento de un sistema de retribución (el “Plan”) para Consejeros ejecutivos y Directivos del Grupo Consolidado, consistente en la entrega de acciones de la Sociedad, cuyas características básicas son las siguientes:

- Destinatarios: los consejeros ejecutivos y directivos del Grupo de Sociedades que determine el Consejo de Administración, en total 27 personas aproximadamente.
- Número máximo de acciones a asignar: el número máximo de acciones que se podrán asignar en cada uno de los tres ejercicios de duración del Plan será el equivalente al 0’33% del capital social de la Sociedad. De dicho 0’33%, corresponderá hasta un máximo del 0’11% a los Consejeros ejecutivos de la Sociedad. La Sociedad no ampliará su capital social para dar cobertura al Sistema de Retribución.
- Valor de las acciones: el valor de las acciones que se tomará como referencia a efectos de proceder a la asignación a cada destinatario será el correspondiente a la cotización media de la acción en los treinta días anteriores a la formulación de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2016.
- Precio de ejercicio: las acciones a asignar a cada destinatario del Plan, serán las que resulten de dividir la aportación económica conjunta efectuada por el destinatario y la Sociedad entre el “valor de las acciones”.
- Fecha de concesión: cualquier fecha que acuerde el Consejo de Administración dentro del plazo de 4 meses desde la fecha de aprobación del Plan.
- Plazo de duración: ejercicios 2017 a 2019, ambos incluidos, pudiendo hacerse entrega de las acciones en cualquier momento tras la aprobación de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2019, según determine el Consejo de administración.

Con el objeto de facilitar la ejecución de los acuerdos anteriores, la Junta General acuerda por unanimidad delegar en el Consejo de Administración, con expresas facultades de sustitución en favor de uno cualesquiera de sus miembros, todas las facultades que fueren necesarias para la definición, integración y ejecución de dicho acuerdo.”

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  No aplicable

Los acuerdos contractuales con los consejeros ejecutivos de la Sociedad no incluyen una cláusula que permita a la sociedad reclamar el reembolso de los componente variables de la remuneración cuando el pago no haya estado ajustado a las condiciones de rendimiento o cuando se hayan abonado atendiendo a datos cuya inexactitud quede acreditada con posterioridad.

La Sociedad no considera necesario incluir la mencionada cláusula debido a que considera que el procedimiento interno de verificación del cumplimiento de los componentes variables por parte del Consejo de Administración y por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, impide que puedan abonarse atendiendo a datos inexactos.

64. Que los pagos por resolución del contrato no superen un importe establecido equivalente a dos años de la retribución total anual y que no se abonen hasta que la sociedad haya podido comprobar que el consejero ha cumplido con los criterios de rendimiento previamente establecidos.

Cumple  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.

2017 ha sido un año en el que Mediaset España ha avanzado en materia de diversidad de forma significativa.

En línea con las últimas recomendaciones de gobierno corporativo, la compañía ha tenido siempre, entre sus principales objetivos, el aumentar de forma progresiva el número de consejeras en los órganos de gobierno. Siguiendo con esta línea y dado que 3 de los consejeros independientes debían renunciar a sus cargos por haber superado el plazo recomendado de 12 años, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha buscado deliberadamente entre los potenciales candidatos, mujeres que reunieran los perfiles buscados por la compañía. Así, la Comisión propuso al Consejo de Administración el nombramiento de Doña Consuelo Crespo y Doña Cristina Garmendia como nuevas consejeras, habiendo sido aprobados sus nombramientos por cooptación a finales de ejercicio 2017.

Tras estos nombramientos el porcentaje de consejeras ha pasado de un 7,70% a un 23% cerca del objetivo establecido por las recomendaciones de gobierno corporativo. La presencia femenina ha aumentado también en las comisiones de gobierno de la sociedad, tanto en la de Auditoría y Cumplimiento como en la de Nombramientos y Retribuciones.

Este avance en la representación femenina en los órganos de gobierno es el resultado de la aplicación de la política de diversidad y de selección de consejeros aplicada por la Compañía. Una política de diversidad, aprobada por el Consejo de Administración, cuyos principios de actuación son, entre otros, los siguientes:

- Cumplir con legislación vigente en materia de diversidad así como con las mejores prácticas de gobierno corporativo en esta materia, adoptando las normas y directrices nacionales e internacionales en esta materia.
- Promover 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 del equipo humano de la Compañía.
- Fomentar la implementación de estrategias corporativas que permitan la formación del talento femenino promoviendo el desarrollo de actividades dirigidas a su desarrollo.
- Revisar periódicamente las actividades desarrolladas, con el fin de tener identificadas las potenciales debilidades y puntos de mejora, a efectos de prevenir y mitigar su impacto.
- Utilizar los medios audiovisuales del Grupo Mediaset España para concienciar y sensibilizar a la audiencia sobre la importancia del respeto y cumplimiento de la diversidad.
- Extender a la cadena de proveedores el compromiso de respeto y promoción de la diversidad.

En el ejercicio 2017 se ha llevado a cabo una revisión del Reglamento del Consejo de Administración, del Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento y del Reglamento de Nombramientos y Retribuciones, para adaptarlas a las mejores prácticas en materia de buen gobierno.

La propuesta de modificación del Reglamento del Consejo de Administración será presentada ante la Junta general que se celebre en el primer semestre del 2018 para su aprobación y afecta a los artículos 9 "Composición cualitativa del Consejo", 21 "la Comisión de Auditoría y Cumplimiento" y 22 "La Comisión de Nombramientos y Retribuciones". La finalidad de la modificación es adaptar el artículo 21 del Reglamento al artículo 529 tercedies de la LSC y a la modificación del artículo 529 quaterdecies LSC dada por la disposición final 4.20 de la Ley 22/2015, de 20 de julio. Asimismo, se pretende incluir en los artículos 9.7 y 22.3 del Reglamento una referencia expresa a los criterios de promoción de la diversidad en la composición del órgano de administración de conformidad con la nueva redacción del artículo 540.4c) 6º LSC, dada por el Real Decreto Ley 18/2017, de 24 de noviembre, por el que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital y la Ley de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad.

Con relación al Reglamento de la Comisión de Auditoría y Cumplimiento, las últimas modificaciones han tenido como finalidad incorporar las previsiones básicas incluidas en la Guía Técnica 3/2017 de la CNMV sobre las Comisiones de Auditoría y Cumplimiento, en coordinación con la propuesta de modificación del artículo 21 del Reglamento del Consejo así como con las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno que Mediaset España viene cumpliendo. Las modificaciones han sido numerosas, aunque, desde un punto de vista sustantivo, no introducen ninguna novedad que no fuera ya desempeñada por la propia Comisión en el desarrollo de su normal actividad. Estos cambios afectan a los siguientes artículos: el Artículo 3, sobre la composición cualitativa de la Comisión; el artículo 4, sobre la asistencia del auditor interno y, según en qué casos, del auditor externo a las reuniones de la Comisión, así como la necesidad de aprobar de forma preliminar un plan anual de trabajo; el artículo 5.1, sobre la

necesidad de definir un proceso de selección del auditor externo, supervisión de dicho proceso y evaluación anual de la actuación e independencia de éste en el desempeño de su trabajo; el artículo 5.2, en relación con la supervisión de la información financiera; 5.3, con respecto al Sistema de Control Interno de dicha información; 5.5, en relación con la supervisión de la gestión y del control de los riesgos; 5.7, sobre transparencia y normas de gobierno corporativo, revisión de la política de responsabilidad corporativa, evaluación de riesgos no financieros, y coordinación del proceso de reporte de la información no financiera y sobre diversidad; y el artículo 7, sobre medios y recursos de la Comisión.

La modificación del Reglamento de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones tenía como finalidad introducir referencias a la política de diversidad.

Queremos también destacar el proceso de evaluación realizado en el ejercicio 2017 que ha sido realizado por un consultor externo cumpliendo así con las recomendaciones de gobierno corporativo.

Durante el año 2017 se han mantenido las relaciones con las administraciones públicas en materia fiscal, se ha renovado la alianza y participación de Mediaset España con el Pacto Mundial de Naciones Unidas, con la Asociación de Emisores Españoles, Autocontrol, a través de la cual se gestiona y controla el mercado publicitario español y con la iniciativa Carbon Disclosure Project.

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.mediaset.es>, asimismo, pueden ponerse en contacto con nosotros a través de la siguiente dirección: [rc@telecinco.es](mailto:rc@telecinco.es).

#### APARTADO C.1.16

En el apartado C.1.16 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 2017, incluido el director de Auditoría Interna:

Director general contenidos - Villanueva de Castro, Manuel  
Director de División de Recursos Humanos y Servicios - Expósito Rodríguez, Luis  
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 División Producciones Especiales - Silvestroni, Giuseppe  
Director auditoría interna - Santamaría Barrio, Angel  
Total:5.344.789 euros

Señalar que el número de derechos de acciones otorgados a la alta dirección de Mediaset España asciende a 65.207 y a 91.182 el número de derechos de acciones otorgados a la alta dirección del Grupo Mediaset España.

Recomendación 17: Para el cálculo del porcentaje de consejeros independientes sobre el total de los consejeros, no se ha tenido en cuenta al actual consejero externo, el cual ha tenido la calificación de independiente durante 12 años consecutivos pasando a ser considerado como consejero externo por haberse cumplido el plazo máximo legal establecido por la Ley de Sociedades de Capital, sin que haya tenido la condición de dominical o ejecutivo en ningún momento.

Este informe anual de gobierno corporativo ha sido aprobado por el consejo de Administración de la sociedad, en su sesión de fecha 27/02/2018.

Indique si ha habido consejeros que hayan votado en contra o se hayan abstenido en relación con la aprobación del presente Informe.

Sí

No

# **Mediaset España Comunicación, S.A.**

Informe de Auditor Referido a la  
"Información Relativa al Sistema de  
Control Interno sobre la Información  
Financiera (SCIIF)" correspondiente al  
ejercicio 2017

27 de febrero de 2018

## **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 2017**

Al Consejo de Administración 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 20 de febrero de 2018, hemos aplicado determinados procedimientos sobre la "Información relativa al SCIIF" incluida dentro del apartado F del Informe Anual de Gobierno Corporativo (en adelante IAGC) adjunto de Mediaset España Comunicación, S.A. correspondiente al ejercicio 2017, en el que se resumen los procedimientos de control interno de la Entidad en relación a la información financiera anual.

El Consejo de Administración es responsable 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 a 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 2017 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 a 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 al Texto Refundido de la Ley de Auditoría de Cuentas, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2011, de 1 de julio, no expresamos una opinión de auditoría en los términos previstos en la citada normativa.

Se relacionan a continuación los procedimientos aplicados:

1. Lectura y entendimiento de la información preparada por la entidad en relación con el SCIIF – información de desglose incluida en el Informe de Gestión – y evaluación de si dicha información aborda la totalidad de la información requerida que seguirá el contenido mínimo descrito en el apartado F, relativo a la descripción del SCIIF, del modelo de IAGC según se establece en la Circular nº 5/2013 de la CNMV de fecha 12 de junio de 2013, modificada por la Circular 7/2015, de 22 de diciembre, 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, comité de auditoría y otras comisiones de la entidad a los efectos de evaluar la consistencia entre los asuntos en ellas abordados en relación al 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 la Ley 24/1988, de 28 de julio del Mercado de Valores, modificada por la Ley 2/2011, de 4 de marzo de Economía Sostenible y por la Circular nº 5/2013 de la CNMV de fecha 12 de junio de 2013 de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, modificada por la Circular 7/2015, de 22 de diciembre, de la CNMV, a los efectos de la descripción del SCIIF en los Informes Anuales de Gobierno Corporativo.

DELOITTE, S.L.



Mª Concepción Iglesias Jiménez

27 de febrero de 2018

**DON MARIO RODRIGUEZ VALDERAS**, Secretario del Consejo de Administración de la mercantil “MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.”, sociedad con domicilio en Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4 y C.I.F. A-79075438, por la presente

**CERTIFICO:**

1º) Que las Cuentas Anuales Consolidadas de ”MEDIASET ESPAÑA COMUNICACIÓN, S.A.” 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 2017, que constan en las páginas precedentes, impresas a una sola cara, fueron formuladas por los Consejeros abajo firmantes en la reunión del Consejo de Administración celebrada el día 27 de febrero de 2018.

2º) Que, en esa misma reunión, se instruyó al Secretario del Consejo de Administración, D. Mario Rodríguez Valderas, para que, en nombre del Consejo de Administración, rubricara todas y cada una de las páginas comprensivas de las Cuentas Anuales Consolidadas y del Informe de Gestión Consolidado.

\_\_\_\_\_  
D. Alejandro Echevarría Busquet  
Presidente

\_\_\_\_\_  
D. Fedele Confalonieri  
Vicepresidente

\_\_\_\_\_  
D. Giuliano Adreani  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Alfredo Messina  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Marco Giordani  
Vocal

\_\_\_\_\_  
D. Paolo Vasile  
Consejero Delegado

---

D. Giuseppe Tringali  
Vicepresidente

---

D. Javier Díez de Polanco  
Vocal

---

Dña. Consuelo Crespo Bofill  
Vocal

---

Dña. Helena Revoredo Delvecchio  
Vocal

---

Dña. Cristina Garmendia Mendizábal  
Vocal

---

D. Massimo Musolino  
Vocal

---

D. Mario Rodríguez Valderas  
Vocal-Secretario

Así lo certifico, a todos los efectos legales, con el visto bueno del Presidente, en Madrid, a 27 de Febrero de 2018.

VºBº  
El Presidente  
D. Alejandro Echevarría Busquet

El Secretario  
D. Mario Rodríguez Valderas

## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD DEL INFORME FINANCIERO ANUAL DEL EJERCICIO 2017

---

Los miembros del Consejo de Administración de “MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.”, mediante la presente, declaran que, hasta donde alcanza su conocimiento, las cuentas anuales individuales (balance, cuenta de pérdidas y ganancias, estado de cambios en el patrimonio neto, estado de flujos de efectivo y memoria), así como las cuentas anuales consolidadas con sus sociedades dependientes (estado de situación financiera consolidado, la cuenta de resultados separada consolidada, el estado de resultado global consolidado, el estado de cambios en el patrimonio neto consolidado y el estado de flujos de efectivo consolidado y las correspondientes notas explicativas), correspondientes al ejercicio social cerrado a 31 de diciembre de 2017 y elaboradas conforme a los principios de contabilidad aplicables, ofrecen la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de “MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.”, así como de sus sociedades dependientes comprendidas en la consolidación, tomadas en su conjunto; y que los informes de gestión complementarios de las cuentas anuales individuales y consolidadas incluyen un análisis fiel de la evolución y los resultados empresariales y de la posición de “MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, S.A.” y de las sociedades dependientes comprendidas en la consolidación, tomadas en su conjunto, así como la descripción de los principales riesgos e incertidumbres a que se enfrentan.

En Madrid, 27 de Febrero de 2018

---

D. Alejandro Echevarría Busquet  
Presidente

---

D. Fedele Confalonieri  
Vicepresidente

---

D. Giuliano Adreani  
Vocal

---

D. Alfredo Messina  
Vocal

---

D. Marco Giordani  
Vocal

---

D. Paolo Vasile  
Consejero Delegado

---

D. Giuseppe Tringali  
Vicepresidente

---

D. Javier Díez de Polanco  
Vocal

---

Dña. Consuelo Crespo Bofill  
Vocal

---

Dña. Helena Revoredo Delvecchio  
Vocal

---

Dña. Cristina Garmendia Mendizábal  
Vocal

---

D. Massimo Musolino  
Vocal

---

D. Mario Rodríguez Valderas  
Vocal-Secretario