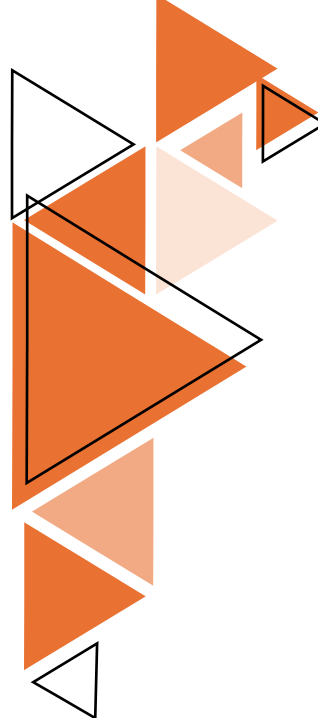




Estado de Información No Financiera Consolidado e Información de Sostenibilidad 2025

Atresmedia Corporación de Medios de
Comunicación, S.A. y sociedades
dependientes

ATRESMEDIA



ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	NEIS 2 Información general.....	4
	Bases para la elaboración	4
	Gobernanza	7
	Estrategia	16
	Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades	31
	Parámetros y metas	47
2.	Información Medioambiental	48
	2.1. NEIS El Cambio Climático	48
	Gobernanza	48
	Estrategia	48
	Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades	55
	Parámetros y metas.....	67
	2.2. Taxonomía de la Unión Europea	75
	Antecedentes	75
	Contexto normativo	75
	Alcance de la Taxonomía	76
	Indicadores de la Taxonomía	78
3.	Información Social.....	89
	NEIS S1 Personal Propio	89
	Estrategia	89
	Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades	93
	Parámetros y metas.....	108
	NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor	115
	Estrategia	115
	Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades	118
	Parámetros y metas	123
	NEIS S4 Consumidores y Usuarios finales.....	124
	Estrategia	124
	Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades	129
	Parámetros y metas	154
4.	Información sobre Gobernanza.....	157
	NEIS G1 Conducta Empresarial	157
	Gobernanza	157
	Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades	158
	Parámetros y metas	171

5.	Anexo I Contenidos Ley 11/2018	174
	Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal	174
	Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno.....	178
	Información fiscal y desempeño financiero	179
	Información medioambiental	181
	Información sobre la sociedad.....	181
6.	Anexo II Principales Magnitudes.....	184
7.	Anexo III Índice Contenidos Ley 11/2018 y NEIS.....	186

1. NEIS 2 Información general

El presente Estado de Información No Financiera e Información de Sostenibilidad, en adelante “Informe de Sostenibilidad” o “Informe” recoge información sobre aspectos ambientales, sociales y de gobernanza de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. y sociedades dependientes (también referido como “Atresmedia”, “la Compañía”, “el Grupo” o “el Grupo Atresmedia”) con el fin de ofrecer una representación fiel, pertinente, comprensible, comparable y verificada de cómo el Grupo aborda las cuestiones de sostenibilidad. El Informe de Sostenibilidad 2025 ha sido elaborado de forma voluntaria bajo los requerimientos de la Directiva Europea de Información de Sostenibilidad (CSRD por sus siglas en inglés)¹, siguiendo las Normas Europeas de Información de Sostenibilidad (NEIS) y en conformidad con la Ley 11/2018 de información no financiera y diversidad (vigente en el momento de su elaboración). El presente documento ofrece también respuesta al Reglamento de Taxonomía de la UE.

El presente documento ofrece también respuesta al Reglamento de Taxonomía de la UE y a lo largo del mismo, Atresmedia divulga información sobre la gestión y desarrollo de su estrategia de sostenibilidad en 2025 y ofrece información comparativa relativa al ejercicio anterior (2024) para los indicadores requeridos. Este Informe se alinea con la información reportada en los Estados Financieros del Grupo Atresmedia y forma parte del Informe de Gestión Individual y Consolidado, si bien se presenta como un documento aparte.

Bases para la elaboración

BP-1: Base general para la elaboración del Informe de sostenibilidad

El perímetro del presente Informe de Sostenibilidad es el mismo que el de las Cuentas Anuales Consolidadas de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. y sus sociedades dependientes relativas al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2025. Las sociedades incluidas en el perímetro son las siguientes:

Sociedades incluidas en el perímetro de consolidación para el reporte 2025 ²	Sociedad tenedora	% participación
6&M Producciones y Contenidos Audiovisuales, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Antena 3 Multimedia, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Antena 3 Noticias, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Atres Advertising, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Atresmedia Capital, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Atresmedia Cine, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Atresmedia Música, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Atresmedia Smart Tools, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Atresmedia Studios, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Atresmedia Tech, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Diariomotor Medios Digitales, S.L.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100

¹A fecha de elaboración del presente Informe, la Directiva Corporativa sobre el reporte en materia de sostenibilidad (CSRD) no ha sido transpuesta al ordenamiento jurídico español, sumándose a este contexto la propuesta de simplificación Omnibus de la cual se esperan resoluciones en el marco europeo. En este sentido, el Grupo Atresmedia presenta información sobre sostenibilidad de acuerdo con las NEIS de forma voluntaria, siguiendo las guías del mecanismo “Quick-Fix” publicado en julio 2025 por la Comisión Europea, así como las recomendaciones de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) en el comunicado publicado el 19 de noviembre de 2025.

² Se incluirá de forma voluntaria información relativa a la Fundación Atresmedia en el presente Informe de Sostenibilidad.

Música Aparte, S.A.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Actuality, S.L.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	50,98
Uniprex, S.A.U.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.	100
Uniprex Televisión Digital Terrestre de Andalucía, S.L.U.	Uniprex, S.A.U.	100
Uniprex Televisión, S.L.U.	Uniprex, S.A.U.	100
Inversión y Distribución Global de Contenidos, S.L.U.	Uniprex, S.A.U.	100
Antena 3 Televisión Digital Terrestre de Canarias, S.A.U.	Uniprex, S.A.U.	100
Smartclip Hispania, S.L.U.	Atres Advertising, S.L.U.	100
Human to Human Communications, S.L.U.	Atres Advertising, S.L.U.	100
Last Lap, S.L.	Atres Advertising, S.L.U.	75
Last Lap Eventos e Comunicação, Lda.	Last Lap, S.L.	60
Mani Digital Ventures, S.L.	Atresmedia Capital, S.L.U.	77
Wayna Aero, S.L.	Atresmedia Capital, S.L.U.	90,35
Pazy Digital Ventures, S.L.	Atresmedia Capital S.L.U.	91,42

A lo largo del presente documento, Atresmedia informa sobre³:

- la medida en que la evaluación de la materialidad de sus impactos, riesgos y oportunidades (también, IROs) abarca las fases anteriores y/o posteriores de su cadena de valor;
- la medida en que sus políticas, actuaciones y metas comprenden las diferentes fases de su cadena de valor; y
- la medida en que los datos de su cadena de valor están incluidos en la información relativa a los parámetros, cuando así sea requerido.

BP-2: Información relativa a circunstancias específicas

En relación con la divulgación de información específica sobre sostenibilidad, los horizontes temporales usados por el Grupo Atresmedia coinciden con el corto, medio y largo plazo que define la NEIS. Asimismo, estos horizontes temporales coinciden con los establecidos en la identificación y evaluación de los riesgos y con los establecidos en las Cuentas Anuales:

- Corto plazo: menos de 1 año, el año de referencia marcado por la Compañía.
- Medio plazo: entre 1 y 5 años, tomando el año de referencia como año base.
- Largo plazo: más de 5 años.

Fuentes de incertidumbre

A continuación, se presentan las principales fuentes de incertidumbre de los cálculos realizados por Atresmedia a lo largo de su cadena de valor.

Cálculo de la huella de carbono de alcance 1+2: la huella de carbono de alcance 1+2 de Atresmedia, ha sido calculada conforme a la norma *GHG Protocol* y verificada bajo este estándar por AENOR. En este proceso se ha concluido que el cálculo presenta un alto grado de certidumbre. A pesar de ello, se han identificado las principales fuentes de incertidumbre, detalladas a continuación.

³ Atresmedia confirma que no ha hecho uso de la posibilidad de omitir información sobre acontecimientos inminentes o cuestiones en negociación prevista en los artículos 19 bis.3 y 29bis.3 de la Directiva 2013/34/UE.

- Las emisiones de alcance 1 con mayor nivel de incertidumbre son las procedentes del consumo de combustible de la flota de la sociedad Last Lap, estimándose en función de la distancia recorrida, y las emisiones procedentes del consumo de gas natural de la sociedad Smartclip, estimadas según el porcentaje de superficie ocupada en las oficinas. Estas emisiones, de forma combinada, suponen alrededor del 2,5% del total de emisiones de alcance 1 de Atresmedia.
- Las emisiones de alcance 2 con mayor grado de incertidumbre son las procedentes del consumo de electricidad de Onda Cero sin garantía de origen renovable de las que el Grupo no tiene control. El detalle de consumo se obtiene a partir del gasto y en base al precio medio del kWh del año de reporte. Estas emisiones suponen el 13% del consumo total de electricidad del Grupo Atresmedia.

Cálculo de la huella de carbono de alcance 3: la huella de carbono de alcance 3 de Atresmedia se calcula a través de un consultor externo especializado. Algunas de las categorías más relevantes se estiman a partir de datos secundarios, lo que implica un cierto grado de incertidumbre. Entre estas categorías se incluyen las emisiones procedentes de la compra de bienes y servicios, bienes de capital, arrendamientos y las inversiones realizadas, todas ellas calculadas a partir de valores económicos. En 2025, Atresmedia ha trabajado en la mejora del cálculo de su categoría 1, incluyendo directamente la huella de carbono de alcance 1 y 2 de parte de sus proveedores significativos, reduciendo así el nivel de incertidumbre en el cálculo. En 2025, las emisiones con mayor grado de incertidumbre son las de la categoría 4 que han sido estimadas. El Grupo continuará trabajando para mejorar la calidad del dato de estas emisiones.

Incorporación por referencia e información derivada de otra legislación

En el presente Informe, se ha incluido información referenciada a las Cuentas Anuales Consolidadas (CCAACC) que se encuentran vinculadas a los siguientes requisitos:

- el requisito de divulgación NEIS 2 IRO-1 del EI, en concreto al punto de dato RA 15 relacionado con las implicaciones financieras de los riesgos climáticos.
- el requisito de divulgación EI-3, en concreto el punto de dato RD 29c, relacionado con los importes monetarios necesarios para ejecutar las actuaciones vinculados al MDR-A
- el requisito de divulgación EI-6, en concreto el punto de dato RD 55, relacionado con los ingresos netos para calcular la intensidad de emisiones GEI.
- el requisito de divulgación SI-4, en concreto el punto de dato RD 37, relacionado con los importes monetarios necesarios para ejecutar las actuaciones vinculados al MDR-A,
- el requisito de divulgación SI-6, en concreto el punto de dato RD 50f relacionado con el número de asalariados⁴.
- el requisito de divulgación S4-4, en concreto el punto de dato RD 30, relacionado con los importes monetarios necesarios para ejecutar las actuaciones vinculados al MDR-A.

Además, el Grupo ha incluido en el presente Informe la información derivada de otras normativas de la Unión Europea (véase lista de puntos de datos incluidos en normas transversales y en normas temáticas derivados de otra legislación de la Unión Europea en el IRO-2).

⁴ Página 69 de las CCAACC. La diferencia se debe a que las cuentas anuales no contemplan a los asalariados de la Fundación, incluidos en el presente Informe. Además, estas incluyen a los consejeros ejecutivos (3 personas) excluidos en los datos de plantilla del presente Informe.

Gobernanza

GOV-1: El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión

Sistema de Gobierno Corporativo de Atresmedia

El Sistema de Gobierno Corporativo y el procedimiento de toma de decisiones del Grupo Atresmedia se fundamenta en su **Política de Gobierno Corporativo**, tal y como se detalla en el [Capítulo G1- Gobierno Corporativo](#). En ella se describe, entre otras cuestiones, los órganos de administración, dirección y supervisión de Atresmedia y las buenas prácticas que deben guiar sus actuaciones.

En 2025, el Consejo de Administración de Atresmedia aprobó un nuevo texto de la Política General de Gobierno Corporativo, reafirmando el compromiso del Grupo con los principios de responsabilidad, confianza y transparencia, considerados esenciales para la creación de valor sostenible.

La revisión, de alcance limitado pero necesaria, ha actualizado el texto aprobado en 2021 para alinearlo con la evolución normativa y las mejores prácticas en materia de gobierno corporativo, así como con los cambios producidos en la composición y funcionamiento de los órganos de administración.

Entre las principales novedades destacan la incorporación del Código de Buen Gobierno de la Ciberseguridad y las Guías técnicas de la CNMV como referentes de actuación; la modificación del número mínimo y máximo de consejeros, coincidiendo con la incorporación de nuevas consejeras independientes, que ha permitido anticipar el cumplimiento de los objetivos de diversidad de género previstos en la Ley Orgánica 2/2024; la actualización terminológica para reflejar el enfoque de sostenibilidad; y la inclusión de la verificación de objetivos financieros y no financieros, incluidos los indicadores ASG, en los planes de retribución variable a largo plazo de los consejeros ejecutivos y algunos directivos.

Los órganos de gobierno, dirección y supervisión están integrados por la **Junta General de Accionistas** y por el **Consejo de Administración** y sus Comisiones: la **Comisión Delegada**, la **Comisión de Nombramientos y Retribuciones** y la **Comisión de Auditoría y Control**. Esta última cuenta también con el apoyo de dos órganos colegiados independientes: el **Comité de Cumplimiento Normativo (CCN)** y el **Comité de Privacidad**. El Responsable de Cumplimiento Normativo de Atresmedia reporta periódicamente las cuestiones tratadas en estos comités a la Comisión de Auditoría y Control.

La **Junta General de Accionistas** es el órgano supremo de decisión de la Sociedad y el principal foro de participación de los accionistas.

El **Consejo de Administración** constituye el máximo órgano de representación, administración, dirección, gestión y control de la Sociedad, salvo en aquellas materias reservadas a la Junta General de Accionistas. Dentro de sus responsabilidades más destacadas se encuentra:

Responder ante la Junta General de Accionistas sobre el cumplimiento de sus obligaciones y garantizar que la Sociedad, en el desarrollo de su actividad y en su trato con los distintos grupos de interés:

- Respete en todo momento la legislación vigente.
- Actúe conforme a las disposiciones previstas en sus Estatutos Sociales y normativa interna.
- Cumpla de buena fe sus obligaciones y contratos.
- Respete los usos y buenas prácticas comúnmente aceptados en los territorios donde opera.
- Aplique los principios de responsabilidad social y ambiental voluntariamente adoptados como propios, procurando conciliar el interés social con los legítimos intereses de empleados, proveedores, clientes y otros grupos de interés que puedan verse afectados por su actividad, prestando atención al impacto que esta pueda generar en el entorno que la rodea.

Sin facultad de delegación, **el Consejo de Administración determina las políticas y estrategias generales** y, en particular, **el plan estratégico del Grupo**, los objetivos de gestión, el presupuesto anual, la Política de Gobierno Corporativo y la Política General de Sostenibilidad. A su vez, en el desempeño de sus funciones, **se apoya en sus tres Comisiones y en las Direcciones del Grupo**, adoptando las medidas necesarias para garantizar que el equipo de dirección, bajo su supervisión, ejecuta debidamente las estrategias globales de gestión del Grupo.

Por su parte, la Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, integradas mayoritariamente por consejeras independientes y sin miembros ejecutivos, ejercen las labores clave de supervisión. Para ello, cuentan con el apoyo de la Dirección de Auditoría Interna y Control de Procesos, que lideran la gestión de riesgos del Grupo; de la Dirección Financiera, a cargo de la estrategia fiscal y económica del Grupo y la Dirección General Corporativa, responsable de, entre otras cuestiones, la estrategia de sostenibilidad, además del Responsable de Cumplimiento Normativo, que como se ha mencionado anteriormente reporta a la Comisión de Auditoría y Control las actividades del Comité de Cumplimiento Normativo y del Comité de Privacidad, así como todas las cuestiones relacionadas con la aplicación de los Modelos de Cumplimiento y prevención penal y de Protección de Datos personales.

Es importante destacar que el Consejo de Administración vela por los intereses de todos los asalariados y resto de trabajadores del Grupo Atresmedia, así como los del resto de grupos de interés, tal y como se recoge en el artículo 7.2. del Reglamento del Consejo de Administración, a pesar de no contar con un representante de los trabajadores en su composición.

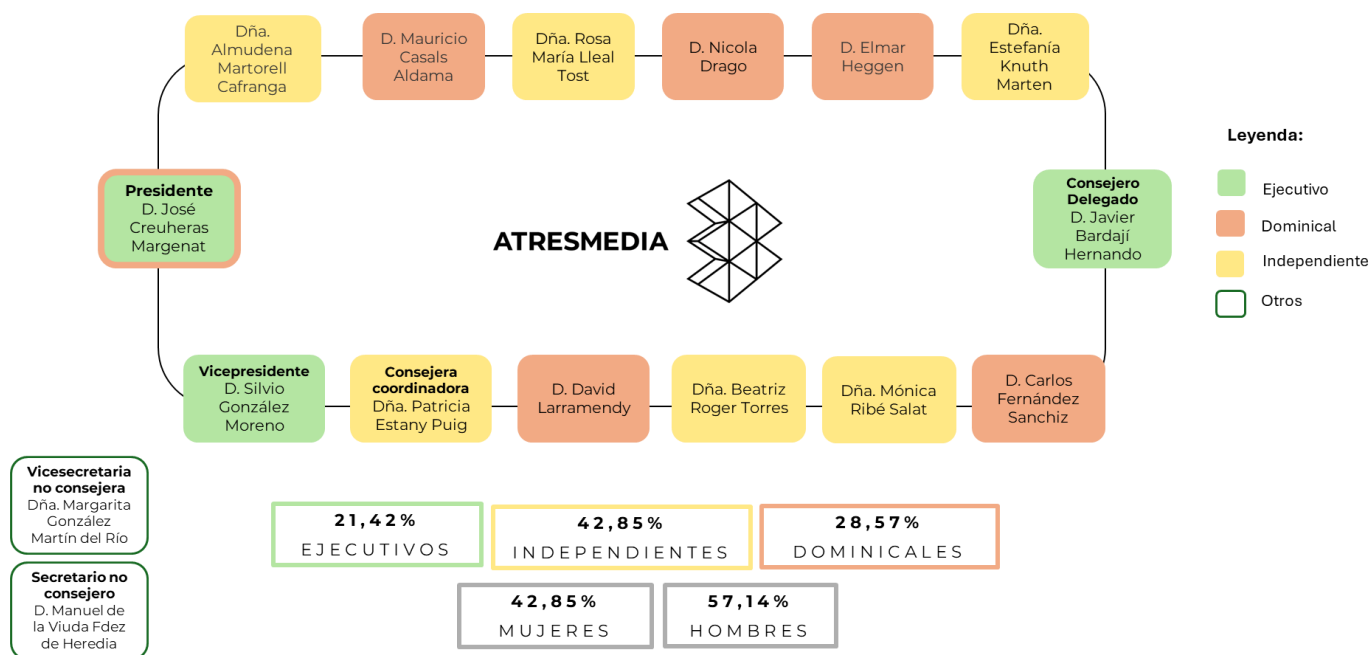
El **Consejero Delegado** destaca por ser el máximo responsable de la gestión de la Sociedad y, por tanto, a él le corresponde dar seguimiento a la ejecución de los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración. Para ello, se apoya en la delegación de funciones en la estructura de direcciones corporativas y de negocio del Grupo, así como en los comités especializados por materias. Entre ellos destacan en materia de sostenibilidad:

- Comité de Televisión (Contenido responsable o lucha contra las *fake news* y la *desinformación*).
- Responsable de Cumplimiento y Comité de Cumplimiento Normativo (Modelo de cumplimiento y prevención penal).
- Delegada de Protección de Datos y Comité de Privacidad (Protección de Datos).
- Comité de Seguridad (Ciberseguridad).
- Comité de Publicidad (Publicidad Responsable).
- Comité de Sostenibilidad (Diversidad, Equidad e Inclusión o Cambio Climático).
- Comité de IA (Inteligencia Artificial)

Composición y selección del Consejo de Administración y sus Comisiones

A 31 de diciembre de 2025, el Consejo de Administración de Atresmedia estaba compuesto por catorce miembros, de los cuales tres son consejeros ejecutivos (uno de ellos con la condición de dominical) y once no ejecutivos. Entre estos últimos, cinco son consejeros dominicales y seis consejeras independientes, todas ellas mujeres.

De este modo, las consejeras independientes representan aproximadamente un 43 % del total del Consejo, coincidiendo con la representación femenina en el órgano. Con esta composición, Atresmedia se ha adelantado a la entrada en vigor del objetivo de presencia equilibrada del 40% establecido por la Ley Orgánica 2/2024, de 1 de agosto, de representación paritaria y presencia equilibrada de mujeres y hombres. Esta estructura refuerza la diversidad, la independencia y la pluralidad de perfiles profesionales en el Consejo, situando a Atresmedia por encima de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas.



Diversidad de los órganos de administración: género, edad y nacionalidad

En 2025, el Consejo de Administración de Atresmedia estaba formado por 14 miembros, dos más que en 2024. Concretamente, por 6 mujeres (43%) y 8 hombres, siendo a su vez las 6 consejeras independientes.

Composición		Consejo de Administración		Comisión Delegada		Comisión de Auditoría y Control		Comisión de Nombramientos y retribuciones	
		2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Ejecutivos	N.º	3	3	3	3	0	0	0	0
	%	25 %	21 %	50 %	50 %	0 %	0 %	0 %	0 %
Dominicales	N.º	5	5	2	2	2	2	2	2
	%	42 %	36 %	33 %	33 %	40 %	33 %	40 %	33 %
Independientes	N.º	4	6	1	1	3	4	3	4
	%	33 %	43 %	17 %	17 %	60 %	67 %	60 %	67 %
Mujeres	N.º	4	6	1	1	3	4	3	4
	%	33 %	43 %	17 %	17 %	60 %	67 %	60 %	67 %

Diversidad por edad	2024		2025	
	N.º	%	N.º	%
Menores de 50	1	8,33%	2	14,3%
Entre 50 y 59	4	33,33%	5	35,7%
Entre 60 y 70	5	41,67%	6	42,9%
Mayores de 70	2	16,67%	1	7,1%
Edad media	62		59	

Diversidad por nacionalidad	2024		2025	
	N.º	%	N.º	%
Espanoles	9	75%	11	79%
Extranjeros	3	25%	3	21%

Diversidad por competencias

En cuanto a la experiencia de los consejeros, estos poseen una sólida trayectoria en el sector de los medios de comunicación y un profundo conocimiento de los productos, servicios y regiones donde opera la Compañía.

Atresmedia cuenta con ocho consejeros con competencias en materia de sostenibilidad, incluyendo aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno, tal y como se detalla, junto al resto de competencias, en la matriz de competencias que la Comisión de Nombramientos y Retribuciones revisa anualmente junto con la composición del Consejo y su diversidad, no solo de competencias sino también de tipología, género, procedencia geográfica y edad. Para este análisis se toma en consideración tanto el marco normativo externo (Ley de Sociedades de Capital y Ley de Auditoría de Cuentas) como el interno (Estatutos Sociales, Reglamento del Consejo de Administración y Política de selección y nombramiento de consejeros). En 2024 se tuvo en cuenta la Ley Orgánica 2/2024, de 1 de agosto, de representación paritaria y equilibrada de mujeres y hombres (en adelante, “la Ley de representación paritaria”) cuyo cumplimiento sería obligatorio para Atresmedia Corporación a partir del 30 de junio de 2027, sin perjuicio de lo cual, la compañía se ha anticipado en su aplicación, incorporando dos nuevas consejeras en 2025.

Diversidad por competencias	N.º consejeros 2024	N.º consejeros 2025
Estrategia	11	14
Gestión Empresarial	9	12
Sector (Medios, publicidad, entre otros)	6	6
Finanzas (Contabilidad, auditoría, entre otros)	8	8
Riesgos (Financiero y no financiero)	8	8
Sostenibilidad (Medioambiente, Cambio Climático; Social, recursos humanos, retribuciones, diversidad, talento, acción social; Gobierno corporativo y cumplimiento)	7	8
Ciberseguridad	2	3
Experiencia Internacional	4	4

La **Comisión de Nombramientos y Retribuciones** tiene un papel relevante respecto a la diversidad y competencias, **ya que es responsable de identificar las necesidades en la composición del Consejo** y de adecuar las propuestas de nombramiento o reelección de consejeros independientes a dichas necesidades, así como de informar al Consejo sobre el nombramiento o reelección de consejeros dominicales y ejecutivos. Para ello, realiza un inventario de las habilidades y conocimientos actuales de los miembros del Consejo, así como de las necesidades detectadas, plasmándolas en la matriz de competencias que se actualiza periódicamente. Esta herramienta es clave para seleccionar nuevos candidatos a consejeros y para evaluar la idoneidad de los actuales. En caso necesario, la Comisión puede recurrir a asesores externos independientes para llevar a cabo esta tarea.

Adicionalmente, la Comisión informa sobre las propuestas de nombramiento y separación de directivos que dependen directamente del Consejo de Administración, del Consejero Delegado o de cualquier consejero con funciones ejecutivas. En estas propuestas se valoran especialmente la experiencia y capacidades de los candidatos para asumir el cargo. En concreto, los puestos relacionados con la supervisión de las cuestiones de sostenibilidad, así como la gestión de impactos, riesgos y oportunidades materiales, están ocupados por ejecutivos de primer nivel, cuyo desempeño es evaluado anualmente.

Gestión de los asuntos materiales e información a los órganos de administración, dirección y supervisión

El análisis de doble materialidad llevado a cabo por el Grupo en 2023 tuvo como objetivo la identificación de los asuntos materiales (sociales, ambientales y de buen gobierno) para el Grupo Atresmedia. Los resultados de dicho análisis, así como los temas materiales identificados fueron presentados y comunicados por primera vez a la Comisión de Auditoría en febrero de 2024 y, se volvieron a tratar en 2025 cuando se presentó para su aprobación el Estado de Información No Financiera e Información de Sostenibilidad 2024 de Atresmedia.

Los asuntos identificados materiales son gestionados por las diferentes direcciones corporativas o cargos específicos, responsables en primera instancia de la gestión de los impactos, riesgos y oportunidades que les competen. A continuación, se exponen algunos ejemplos:

- La Dirección General Corporativa es responsable de la gestión de los impactos, riesgos y oportunidades relacionados con los recursos humanos, la estrategia climática, la ciberseguridad o la diversidad, equidad e inclusión, entre otros.
- La Secretaría del Consejo de Administración de los relacionados con el buen gobierno corporativo.
- El Responsable de Cumplimiento y Director de Asesoría Jurídica de los relacionados con la aplicación del Modelo de Cumplimiento y prevención penal.
- La Dirección General de Publicidad de los relacionados con la publicidad responsable y la protección de menores.

Cuando es pertinente, los directores corporativos y de negocio asisten a las reuniones del Consejo de Administración y de sus comisiones para informar sobre cuestiones relevantes relacionadas con las áreas o actividades de las que son responsables, incluyendo las cuestiones relacionadas con los asuntos materiales identificados en la doble materialidad.

La Directora General Corporativa es la responsable de informar a los órganos de administración o sus comisiones de los avances en la estrategia de sostenibilidad, incluidos los resultados del análisis de doble materialidad. Además, periódicamente interviene en las diferentes comisiones para abordar temas de su competencia, como recursos humanos, estrategia climática, diversidad, gestión de infraestructuras y servicios generales y reporta, al menos una vez al año, a la Comisión de Auditoría y Control sobre los avances y desafíos en la estrategia de sostenibilidad del Grupo, abordando aspectos clave de las dimensiones ambiental, social y de buen gobierno dependientes de su gestión. La Presidenta de la Comisión, presente en dicha intervención, traslada al pleno del consejo los asuntos tratados, recibiendo todos los consejeros copia de las actas de las reuniones.

Como se ha mencionado anteriormente, de la misma forma, otros directores de negocio y áreas corporativas participan cuando es pertinente en las diferentes comisiones para tratar asuntos relevantes para el negocio que dependen de su gestión, incluyendo los asuntos materiales de sostenibilidad que les competen.

Por su parte, la Dirección de Auditoría Interna es responsable de la gestión de los riesgos de sostenibilidad identificados como materiales y de definir los controles específicos en este ámbito. Como se explica más adelante, Atresmedia se encuentra en proceso de modificación de su Sistema Interno de Control de la Información No Financiera y de Sostenibilidad (hasta el momento SCIINF) y creará controles específicos para robustecer y adaptar el actual sistema de control de la Información No Financiera, alineándolos con los nuevos requerimientos regulatorios.

GOV-2: Información facilitada a los órganos de administración, dirección y supervisión de la empresa y cuestiones de sostenibilidad abordadas por ellos

Materialidad de los asuntos

Atresmedia gestiona las cuestiones materiales mediante un proceso orgánico que involucra tanto a las direcciones de los diferentes negocios que componen el Grupo Atresmedia, como a las direcciones corporativas y a los órganos de administración y supervisión.

Cuando se detecta una cuestión que se considera material, las distintas áreas del Grupo, tanto corporativas como de negocio, se encargan de su gestión. En este proceso, se identifican los impactos, riesgos y oportunidades relevantes relacionados con cada cuestión, presentándose éstos por la dirección responsable al Consejero Delegado, directamente o a través de comités especializados, y, elevándose posteriormente, si es pertinente, a los órganos de administración y supervisión con el objetivo de informarles, proponer acciones y adoptar acuerdos para su ejecución, que supervisarán más tarde.

Este modelo de gobernanza permite integrar una perspectiva operativa y administrativa en la toma de decisiones estratégicas, asegurando que los asuntos críticos se elevan hasta los órganos de dirección y supervisión, donde se adoptan acuerdos que refuerzan la transparencia y la sostenibilidad.

Novedades y retos 2025

En 2025, durante su intervención anual dedicada a informar sobre los avances en materia de sostenibilidad, la Directora General Corporativa trasladó a la Comisión de Auditoría un resumen detallado de las principales novedades, retos y logros vinculados a la estrategia ASG del Grupo. En el ámbito de la gobernanza, la información presentada incluyó:

- La respuesta por primera vez y sin salvedades a los requisitos de la CSRD.
- La actualización y mantenimiento de indicadores ASG en el nuevo plan de remuneración variable para el periodo 2024-2026.
- La actualización en 2024 de las políticas corporativas, entre ellas las de Recursos Humanos, Publicidad Responsable y Medioambiente y Acción climática.
- Las novedades regulatorias en materia de sostenibilidad y los principales desafíos que se plantean para el Grupo.

Asimismo, en julio de 2025 se presentó a la Comisión una propuesta de actualización de la Política General de Sostenibilidad (antes de Responsabilidad Corporativa) que actualiza los compromisos de sostenibilidad del Grupo. Tras recibir el informe favorable de la Comisión, dicha política fue aprobada por el Consejo de Administración ese mismo mes. El documento incorpora los principales objetivos y líneas de actuación que orientan la estrategia de sostenibilidad del Grupo Atresmedia y ha sido publicada en la web de Atresmedia Corporación.

En relación con la dimensión ambiental, la Directora General Corporativa informó a la Comisión sobre:

- El grado de avance en el cumplimiento de los objetivos de la estrategia Cero Neto y la eficacia de las mejoras adoptadas.
- La evolución del análisis y diagnóstico de la sostenibilidad en las producciones audiovisuales.
- Los distintos reconocimientos externos obtenidos por la estrategia de sostenibilidad del Grupo.

Por último, respecto a la dimensión social, la Directora General Corporativa expuso actualizaciones relativas a:

- Las iniciativas destinadas a reforzar el bienestar, la diversidad y la igualdad en el entorno laboral.
- Los avances realizados en materia de accesibilidad de los contenidos.
- El impulso de nuevas iniciativas sociales.
- La puesta en marcha de nuevos planes de bajas voluntarias incentivadas.

Además, en 2025, la firma de auditoría encargada de revisar el Informe de Sostenibilidad ha participado en dos ocasiones en la Comisión de Auditoría y Control del Grupo para informar sobre la actualidad del entorno regulatorio en materia de información no financiera y comunicar los hallazgos más significativos del primer informe de sostenibilidad presentado por el Grupo bajo los requerimientos de la CSRD, que se resolvió sin salvedades en febrero de 2025.

Políticas y procesos que recogen aspectos de sostenibilidad

Dada la naturaleza transversal de los asuntos considerados materiales, además de la información facilitada por la Directora General Corporativa, los órganos de administración reciben de manera regular distintos informes en materia de sostenibilidad y cuestiones no financieras elaborados por otras áreas y comités especializados. En este marco, el Responsable de Cumplimiento presenta a la Comisión, al menos tres veces al año, un resumen de la actividad del Comité de Cumplimiento (CCN), en el que se abordan aspectos relacionados con el Modelo de Cumplimiento y la prevención de delitos, la gestión de conflictos de interés, así como el tratamiento de consultas y denuncias. Asimismo, incorpora las cuestiones relevantes de privacidad y ciberseguridad tratadas en el seno del CCN.

Los compromisos, objetivos y líneas estratégicas relativos a los asuntos materiales se integran en diversas políticas corporativas aprobadas por los órganos de administración, dirección y supervisión, constituyendo un elemento clave de la estrategia de Atresmedia. Las políticas generales que requieren aprobación del Consejo de Administración son previamente revisadas por las comisiones correspondientes y, en algunos casos, se complementan con políticas y protocolos adicionales desarrollados por las direcciones generales.

Por otro lado, la Directora de Sostenibilidad reporta de forma periódica a la Directora General Corporativa sobre el avance de la estrategia ASG del Grupo. Esta última traslada al Consejero Delegado la información más relevante en materia de sostenibilidad para garantizar que dispone de una visión actualizada de los principales retos y progresos.

Finalmente, es importante subrayar que diversas áreas con responsabilidades en materia de sostenibilidad participan, generalmente con carácter anual, en el Comité de Sostenibilidad. En este espacio, la Directora de Sostenibilidad expone los hitos más destacados vinculados al desarrollo de la estrategia ASG, favoreciendo así una perspectiva transversal de estas cuestiones en todo el Grupo.

GOV-3: Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos

Atresmedia trabaja para alinear la retribución de sus consejeros y directivos con la estrategia empresarial, la creación de valor para los accionistas y los intereses y sostenibilidad a largo plazo de la Compañía y su Grupo consolidado. En su compromiso con la sostenibilidad, incorpora desde 2021 criterios de sostenibilidad en los sistemas de incentivos de parte de los miembros de los órganos de administración, dirección y supervisión del Grupo. Con este propósito, la Política de Remuneraciones de los consejeros para los ejercicios 2024-2026 (disponible en la [web corporativa](#)) establece un equilibrio adecuado entre la retribución fija y variables de la remuneración, promoviendo la sostenibilidad a largo plazo e incorporando objetivos ambientales, sociales y de buen gobierno.

Los actuales indicadores ASG del plan de remuneración variable han sido aprobados mediante la modificación de la Política de Remuneraciones llevada a cabo por la Junta General de Accionistas en 2024, que incorpora el nuevo plan plurianual para el periodo 2024-2026, tras la finalización y liquidación del plan anterior (2022-2024) el cual ya incorporaba un criterio de sostenibilidad.

El nuevo plan mantiene el objetivo en materia de sostenibilidad e incluye indicadores ASG similares a los de su predecesor, siendo la principal novedad la actualización del indicador climático (anteriormente vinculado a la calificación del informe Carbon Disclosure Project: CDP). Concretamente el nuevo objetivo se compone de cuatro metas principales:

- i. Cumplir al menos el 85% de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas.
- ii. Mantener una reserva significativa de espacio para campañas publicitarias gratuitas para ONG.
- iii. Mantener y mejorar el porcentaje de horas de subtítulos en la programación de televisión.
- iv. Alcanzar el 95% del consumo de energía eléctrica renovable en 2026, superando el 93% de los años previos.

El objetivo de sostenibilidad, con sus cuatro indicadores, conforma el 5% de la remuneración variable total de los consejeros ejecutivos. Este porcentaje se hace efectivo si logran cumplir con al menos el 50% de los cuatro indicadores.

Anualmente, los indicadores vinculados a la retribución variable de los consejeros ejecutivos y directivos son revisados por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones con base a la información financiera y no financiera del ejercicio. Antes de liquidar la retribución, esta Comisión debe verificar el cumplimiento de los objetivos establecidos para todo el período, tomando como referencia los datos aprobados por el Consejo de Administración, publicados en los informes disponibles en la CNMV y en la web corporativa.

Seguimiento de los indicadores de sostenibilidad del plan de remuneración 2024-2026

En cuanto a los parámetros de rendimiento relacionados con la sostenibilidad, Atresmedia hace seguimiento del objetivo y sus cuatro indicadores mediante procedimientos concretos:

Objetivo 1. Cumplir al menos el 85% de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas.		
Rendimiento	Seguimiento	Resultado
Cumplir con al menos el 85% de las 60 recomendaciones que le son de aplicación.	En uno de los apartados del Informe Anual de Gobierno Corporativo se incluye el seguimiento por Atresmedia en el ejercicio al que se refiere, de las recomendaciones bajo los criterios de "Cumple" o "Explique" establecidos por la CNMV como órgano supervisor de este Informe y de la aplicación por los emisores del CBG. La Comisión de Auditoría y Control informa al consejo previamente a la aprobación del IAGC.	98,3% (59/60)
Objetivo 2. Mantener una reserva significativa de espacio para campañas publicitarias gratuitas para ONG.		
Rendimiento	Seguimiento	Resultado
La meta asociada al rendimiento está relacionada con el número de campañas sociales emitidas y su valoración económica.	La información sobre estas campañas se incluye en el Informe de Sostenibilidad, aprobado por el Consejo de Administración como parte del Informe de Gestión Consolidado (público y verificado). Existe un procedimiento formal para gestionar estas ayudas, que detalla los requisitos y pautas para computar las campañas como cesión de espacios publicitarios. La gestión y el seguimiento de estas acciones se realizan a través del departamento de sostenibilidad y cuenta con el control y la supervisión previa a la emisión de asesoría jurídica y la dirección de publicidad.	33 campañas 22,2 M€
Objetivo 3. Mantener y mejorar el porcentaje de horas de subtítulos en la programación de televisión.		
Rendimiento	Seguimiento	Resultado
Subtitular al menos el 92% del contenido emitido en televisión.	Atresmedia trabaja en el mantenimiento y mejora del porcentaje de horas subtituladas dentro de su programación televisiva computable según la Ley General de Comunicación Audiovisual. Para hacer seguimiento de este indicador, utiliza una herramienta interna, denominada Registro de Emisión, que permite consultar el total de horas subtituladas y calcular los porcentajes correspondientes sobre las 24 horas de programación computables. Los resultados son reportados en el Informe de Sostenibilidad.	93,01%
Objetivo 4. Alcanzar el 95% de consumo de energía eléctrica renovable en 2026, superando el 93% de los años previos.		
Rendimiento	Seguimiento	Resultado
Superar el 93% de energía eléctrica de origen renovable en 2024 y 2025 y alcanzar el 95% en 2026.	Anualmente Atresmedia mide el total de consumo de electricidad de su organización y la proporción total de esta que cuenta con certificado de garantía de origen renovable. Los resultados son publicados en su Informe de Sostenibilidad.	96,3%

En última instancia, cabe destacar que todos los planes son aprobados por el Consejo de Administración previo informe de la Comisión de Nominamientos y Retribuciones. Según la normativa mercantil (artículo 219 del Real Decreto Legislativo 1/2010), los sistemas de retribución que incluyan entrega de acciones, opciones sobre acciones o pagos referenciados al valor de las acciones deben estar previstos en los estatutos sociales y ser aprobados por la Junta General de Accionistas. Además, todas las políticas de remuneración, vinculadas o no a acciones, deben ser aprobadas cada tres años por la Junta General.

GOV-4: Declaración sobre la diligencia debida

Atresmedia cuenta con un proceso de diligencia debida en materia de sostenibilidad. Es de carácter continuo y desde su origen se ha implantado con el objetivo de identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas de los impactos negativos, tanto reales como potenciales, que puedan afectar al medio ambiente y a las personas a lo largo de la cadena de valor.

Para su diseño e implantación están basados en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos y en las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, sirviendo como base para que el Grupo evalúe los impactos, riesgos y oportunidades vinculados a la sostenibilidad.

En este contexto, el proceso de diligencia debida y el análisis de doble materialidad (véase apartado 1.4 Gestión de impactos, riesgos y oportunidades) del Grupo han tomado como punto de partida elementos de gestión de aspectos sociales, medioambientales y de gobierno corporativo complementarios en el modelo de gestión del Grupo.

Elementos esenciales de la Diligencia Debida	Apartados del Informe de Sostenibilidad
a) Integración de la diligencia debida en la gobernanza, la estrategia y el modelo de negocio.	- NEIS 2 GOV-2 - NEIS 2 GOV-3 - NEIS 2 SBM-3
b) Colaboración con las partes interesadas afectadas en todas las etapas clave de la diligencia debida	- NEIS 2 GOV-2 - NEIS 2 SBM-2 - NEIS 2 IRO-1 - NEIS 2 MDR-P - NEIS temáticas: se reflejan las diferentes etapas y objetivos de la colaboración con las partes interesadas a lo largo del proceso de diligencia debida.
c) Identificación y evaluación de las incidencias adversas	- NEIS 2 IRO-1 - NEIS 2 SBM-3
d) Adopción de medidas para hacer frente a esas incidencias adversas	- NEIS 2 MDR-A - NEIS temáticas: se refleja la gama de actuaciones y se incluyen los planes de transición a través de los cuales se abordan los impactos materiales.
e) Seguimiento de la eficacia de estos esfuerzos y comunicación	- NEIS 2 MDR-M - NEIS 2 MDR-T - NEIS temáticas: en relación con los parámetros y metas.

GOV-5: Gestión de riesgos y controles internos de la divulgación de información sobre sostenibilidad

Para el Grupo Atresmedia, tanto en su rol como medio de comunicación, como en su calidad de sociedad cotizada, es esencial actualizar y seguir las recomendaciones de los organismos reguladores y/o supervisores de sus actividades. En la actualidad, el Grupo Atresmedia cuenta con un Sistema de Control de la Información no Financiera cuyo objetivo es asegurar que el sistema de reporte de dicha información resulta íntegro y fiable.

A la vista del calendario de aplicación de la CSRD y del Proyecto de Ley de Información Empresarial sobre Sostenibilidad, aprobado por el Consejo de Ministros el 29 de octubre de 2024 y actualmente en tramitación parlamentaria (estando retrasado respecto al plazo oficial de transposición), el Grupo Atresmedia optó en el ejercicio 2024 por dar respuesta voluntaria completa a los requerimientos de la CSRD, por lo que en 2025 se ha decidido mantener el enfoque de reporte, elaborando un EINF que incluye adicionalmente la información necesaria para cumplir con todos los requerimientos de la CSRD, de forma alineada con las recomendaciones de la CNMV y el ICAC para los emisores sujetos a la CSRD.

Con el objetivo de actualizar y reforzar el sistema de gestión de riesgos del Grupo Atresmedia, alineándolo con las mejores prácticas de buen gobierno corporativo, durante el ejercicio 2025 se ha acometido un proceso de revisión integral del modelo de riesgos del Grupo para alinear, facilitar y mejorar la supervisión de estos. El modelo resultante distingue de forma específica los atributos asociados a factores ASG, vinculados a aspectos ambientales, sociales y de gobernanza.

Este proceso ha implicado la actualización y homogeneización de la metodología aplicada, la política y manual relativos a la Gestión de Riesgos del Grupo, el Mapa integral de Riesgos del Grupo y las fichas descriptivas de los mismos, así como las bases de definición de apetito y tolerancias.

En línea con las prácticas comúnmente adoptadas en los marcos de referencia internacionales en materia de gestión del riesgo, Atresmedia organiza todos sus riesgos en dos niveles, con el fin de diferenciar su naturaleza y facilitar su análisis, evaluación y supervisión por parte de las distintas áreas y órganos de gobierno. En un primer nivel se recogen las principales categorías de Estratégicos, Operacionales, Financieros y de Cumplimiento, que se desglosan en categorías más específicas de segundo nivel que adaptan y especifican el sistema de gestión a la realidad del sector audiovisual y su contexto particular. Asimismo, el modelo identifica y distingue los aspectos relacionados con riesgos emergentes y de sostenibilidad junto con otros aspectos transversales como las posibles derivadas reputacionales de cualquiera de los riesgos que pudieran afectar al Grupo por su alta exposición en su condición de medio de comunicación, así como la potencial existencia de riesgo de fraude que metodológicamente se identifica en todos los sistemas de gestión de riesgos.

De esta forma, se consigue mantener la homogeneidad y comparabilidad con los marcos de referencia internacionales aplicables a la metodología de identificación de riesgos, a la par que se dota al modelo de la flexibilidad necesaria para reflejar los riesgos propios del Grupo a los que está más expuesto por su condición y actividad.

Una vez identificados, todos los tipos de riesgos se gestionan de forma idéntica: Se valora el riesgo inherente, se identifican los controles mitigantes/compensatorios existentes que llevan al riesgo residual y se evalúan conforme a los criterios de impacto y probabilidad definidos en el “Manual de Gestión de Riesgos”.

Cada riesgo cuenta con su ficha detallada donde se recogen todos estos atributos que permiten la priorización y gestión del modelo, dando respuesta a los mismos y culminando con un seguimiento y reporte periódico a la Comisión de Auditoría y Control.

Este enfoque de trabajo permite sentar las bases para la correcta aplicación del Sistema de Control Interno sobre la Información de Sostenibilidad).

Estrategia

SBM-1: Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor

Modelo de negocio

El liderazgo de Atresmedia como grupo del sector de comunicación y entretenimiento en España se caracteriza por su compromiso con los espectadores, oyentes, anunciantes, accionistas, empleados y demás grupos de interés a los que ofrece contenidos en sectores de televisión, radio, digital, cine y producción audiovisual. La principal misión del Grupo es ofrecer una propuesta informativa y de entretenimiento diversa, innovadora y de alta calidad, adaptada a las necesidades de su audiencia y de la sociedad en general, y con el objetivo último de generar confianza, alcanzar el liderazgo y garantizar la sostenibilidad del Grupo. Así mismo, el Grupo se ocupa de ofrecer un espacio innovador y seguro para sus anunciantes que les permita posicionarse en un entorno altamente atractivo y llegar a una audiencia amplia y variada.

Fiel a su propósito corporativo y apoyándose en la diversidad de sus contenidos, tanto informativos como de entretenimiento, Atresmedia desempeña un papel relevante en la generación de criterio, conocimiento y conciencia social, ayudando a fortalecer una sociedad basada en valores compartidos que impulsen el bienestar colectivo.

En 2025, el Grupo ha cerrado el año con 2.643 asalariados, ubicados en España y Portugal, y con unos ingresos brutos de 1.002 millones de euros⁵.

El Grupo estructura su modelo de negocio en cuatro divisiones principales:

⁵ Atresmedia no lleva a cabo actividades relacionadas con el sector de los combustibles fósiles, ni con la producción de productos químicos, armas o el cultivo y producción de tabaco.

			
Con sus 6 canales de televisión en abierto: Antena 3, laSexta, Neox, Nova, MEGA y Atreseries; su plataforma de contenido a la carta atresplayer y su producción cinematográfica a través de Atresmedia Cine o Buendía Estudios.	Cuenta con tres emisoras principales, Onda Cero con contenido informativo de referencia; y Europa FM y Melodía FM con contenido de entretenimiento y musical.	Incluye la explotación publicitaria y comercial del Grupo, así como la actividad de las empresas Smartclip, Diariomotor o H2H, y, desde 2025 Lastlap.	Engloba las actividades de otros negocios no dependientes de publicidad a través de las líneas de negocio de: Atresmedia Internacional, Media for Equity, Nuevos Negocios y el Negocio Musical, así como la actividad de las empresas como Pazy, Waynabox o Saldados.

El Grupo ha desarrollado líneas de negocio complementarias que, de manera paralela, generan valor económico y social, como ocurre con **Atresmedia Formación**. Esta actividad permite poner a disposición de otras empresas y personas el conocimiento y la experiencia de sus periodistas y profesionales de la comunicación, contribuyendo a mejorar y perfeccionar sus competencias comunicativas.

Cada división centra sus esfuerzos en alcanzar objetivos concretos que potencien el impacto positivo, aumenten los ingresos y amplíen el alcance del Grupo, consolidando su posición de liderazgo en el sector de los medios de comunicación, tanto a nivel nacional como internacional.

Atresmedia Audiovisual

Constituye el eje central del negocio, orientado a la creación, producción y distribución de contenidos informativos y de entretenimiento que destacan por su calidad y atractivo para todo tipo de públicos. El Grupo ofrece estos contenidos a través de sus canales de televisión lineal y su plataforma OTT atresplayer, además de mediante la producción cinematográfica de Atresmedia Cine y de Buendía Estudios, sociedad en la que el Grupo Atresmedia participa al 50%.

Además, en 2025 Atresmedia ha consolidado su compromiso de impulsar el sector audiovisual participando en la creación de una nueva productora, Play N'Sábado, constituida al 50% junto a Sábado Películas y Playtime. Esta iniciativa fomenta la colaboración con productoras y gran talento, impulsa proyectos creativos innovadores y establece alianzas estratégicas a largo plazo, contribuyendo a la sostenibilidad y diversificación de la industria cinematográfica nacional.

El modelo de monetización de esta línea de negocio contempla ingresos procedentes de la venta de derechos de contenido, la distribución internacional, las suscripciones de atresplayer premium y la publicidad digital. Para ello, se apoya en tecnología avanzada y en contenidos innovadores que le permiten atraer tanto a la audiencia nacional como internacional.

Atresmedia Televisión constituye una de las principales líneas de actividad y fuente clave de ingresos para el Grupo Atresmedia. A través de sus 6 canales de televisión, ofrece al público una programación variada e innovadora que combina información y entretenimiento de calidad, garantizando un espacio seguro y atractivo tanto para la audiencia como para sus anunciantes. Desde hace años, Atresmedia Televisión apuesta por un modelo de televisión socialmente responsable, que impulsa el espíritu crítico, combate la desinformación, da voz a las minorías y promueve el pluralismo y la diversidad. Su capacidad para generar contenidos originales y relevantes le permite llegar a todo tipo de públicos, independientemente del medio o dispositivo utilizado.

Por su parte, atresplayer se consolida como la plataforma OTT líder en España, ofreciendo contenidos de entretenimiento exclusivos, así como acceso a todos los contenidos de los canales de Atresmedia Televisión.

En línea con su compromiso con la adaptación y resiliencia social, Atresmedia dedica parte de sus espacios y programas a cuestiones medioambientales y a la lucha contra el cambio climático. Un ejemplo es Antena 3 Noticias, que desde 2023 cuenta con la sección Clima, Sociedad y Cultura con el objetivo de dar cobertura informativa al cambio climático y reforzar su compromiso con el futuro del planeta y la sostenibilidad, y laSexta que incluye los contenidos climáticos como una cuestión transversal a su programación.

Atresmedia Radio

Gracias al trabajo desarrollado por sus tres emisoras principales, Onda Cero, Europa FM y Melodía FM, Atresmedia Radio ofrece contenidos que responden a las inquietudes e intereses de la sociedad, poniendo a disposición del público una programación informativa y musical caracterizada por su credibilidad, pluralidad y cercanía. Esta división, que opera bajo la sociedad Uniprex, destaca por el alcance y la calidad de sus contenidos.

En su compromiso con el progreso social, Onda Cero centra su propuesta en la información local, la reflexión ciudadana y la lucha contra las *fake news* y la desinformación. Por su parte, Europa FM y Melodía FM orientan su programación hacia el contenido musical.

El modelo de monetización consiste principalmente en la obtención de ingresos por publicidad en formatos radiofónicos y digitales, complementado con la adaptación de contenidos al entorno digital para atraer nuevas audiencias. Un ejemplo de esto es el lanzamiento de **Onda Cero podcast**, que en los últimos años ha incorporado series de ficción, documentales y programas a la carta. Además, se han adaptado al formato audio programas televisivos como 'Equipo de investigación', el documental 'Anglés. Historia de una fuga', la serie 'Caso' o la ficción 'Gente hablando'.

Finalmente, bajo el lema "**Onda Cero escucha al Clima**", la cadena ha reforzado en 2025 su compromiso con la lucha contra el cambio climático a través de su iniciativa Luz Verde, puesta en marcha en 2024. Con la difusión de campañas, mensajes, reportajes y entrevistas, Onda Cero busca implicar a los oyentes en la tarea de detener la degradación del Planeta, haciendo de la lucha contra el cambio climático una cuestión transversal a toda su programación.

Atresmedia Publicidad

Atresmedia Publicidad es la comercializadora de los espacios publicitarios del Grupo y su principal fuente de ingresos. En el ejercicio de su actividad, Atresmedia resalta el papel que la publicidad tiene en la sociedad, apostando y reforzando su compromiso con la transformación y la sostenibilidad de su industria.

Esta división tiene como objetivo ofrecer a anunciantes y agencias un servicio innovador y eficiente, con contenidos de calidad a los que asociar sus marcas, entornos seguros para la inversión y sistemas de medición avanzados. Entre sus iniciativas destaca la implementación de métricas CPM (*cost per million*) para medir el impacto televisivo con criterios similares a los medios digitales, así como el uso intensivo de datos y analítica para proporcionar formatos más eficaces y personalizados.

La actividad de Atresmedia Publicidad comprende:

- Modelos tradicionales de publicidad, mediante la comercialización de espacios en televisión, radio y el entorno digital.
- Publicidad en atresplayer combinando formatos convencionales con formatos innovadores como la publicidad *addressable*.

Además, Atresmedia Publicidad, complementa su oferta con soluciones específicas para sus anunciantes, proporcionadas por las sociedades Smartclip y Human to Human (H2H), especializadas en servicios de publicidad digital y marketing de *Influencers* respectivamente. Durante el ejercicio 2025, y en línea con la estrategia de negocio y la apuesta por la diversificación del negocio y de ingresos, el Grupo ha adquirido el 75% de Last Lap S.L., compañía líder en eventos y marketing experiencial, que junto a Atresmedia consolida el liderazgo del grupo en el sector de eventos y experiencias.

En 2025, Atresmedia Publicidad ha fortalecido su compromiso con la **innovación, la digitalización y los modelos híbridos** como pilares de su evolución. El Grupo avanza hacia un modelo de negocio más tecnológico y sostenible, integrando la televisión lineal, digital y conectada (CTV) para ofrecer soluciones publicitarias más eficientes y adaptadas a los nuevos hábitos de consumo. Entre los principales objetivos destacan el desarrollo

de productos híbridos que combinen la notoriedad de la televisión con la segmentación y medición del entorno digital; el posicionamiento en redes sociales y el uso de data y tecnología HBBTV para mejorar la personalización de las campañas; y la aplicación responsable de la inteligencia artificial y la publicidad programática. Ejemplo de ello es la continuidad de la venta diferenciada en programas como el Hormiguero, las Campanadas, Mask Singer o LaVoz.

Mirando al futuro, Atresmedia Publicidad se propone avanzar hacia un sistema de medición conjunto y estandarizado entre televisión lineal y conectada, continuar impulsando la transición del mercado hacia nuevas capacidades de segmentación y consolidar una estrategia omnicanal que combine eficiencia, innovación y transparencia.

En cuanto a su compromiso con la sociedad, más allá de realizar su actividad bajo unos estrictos estándares de calidad y responsabilidad, Atresmedia Publicidad desarrolla iniciativas específicas orientadas a promover prácticas responsables y sostenibles entre sus anunciantes. Por un lado, con proyectos emblemáticos como *Contra el Maltrato Tolerancia Cero* en colaboración con Fundación Mutua Madrileña o *Constantes y Vitales y Ponle Freno* junto a Axa, y, por otro lado, mediante la realización de campañas de sensibilización junto a marcas reconocidas dirigidas a diferentes causas, con el objetivo de reforzar el impacto social positivo de su actividad. En 2025 entre estas campañas destacan, la campaña Becas Taller Argal, para sensibilizar sobre el uso de las pantallas en los menores; el partido benéfico “En el Campo x El Campo” para concienciar sobre el sector agrario; o la campaña de “Amazon busca pueblo” para reforzar el arraigo rural. ([Ver apartado S4-4](#))

Además, en 2025 se ha observado un creciente interés por parte de los anunciantes en integrar la sostenibilidad en sus estrategias de comunicación y marketing, reflejando una mayor conciencia medioambiental y social. Cada vez son más las marcas que desean vincularse con proyectos orientados al cuidado del entorno, la eficiencia energética y la movilidad responsable. En este contexto, Atresmedia Publicidad se ha convertido en un aliado estratégico para desarrollar estas campañas con propósito, en las que la creatividad y la innovación conviven con un compromiso real y medible hacia el desarrollo sostenible.

Atresmedia Diversificación

Atresmedia Diversificación orienta su actividad en identificar y respaldar proyectos con un alto potencial de crecimiento, un enfoque innovador y la capacidad de generar un impacto relevante en los resultados del Grupo. Su finalidad es ampliar las vías de negocio mediante iniciativas que no dependan de forma directa del mercado publicitario tradicional.

Su modelo de monetización se apoya en varias líneas de trabajo: la participación en *startups*; la explotación de canales de televisión fuera del territorio español; el desarrollo de proyectos que extienden los contenidos más allá de su emisión convencional; y la creación de recursos musicales destinados a distintas producciones audiovisuales. Todas estas actividades se conciben bajo criterios de calidad y con un compromiso firme con una difusión responsable.

Esta división aporta un gran valor estratégico al Grupo, gracias a la diversificación de ingresos e inversiones llevadas a cabo desde sus cuatro líneas de actuación:

- **Atresmedia Internacional:** con sus cuatro canales lineales (Antena 3, Atrescine, Atreseries y ¡HOLA! TV), tres canales FAST (Cine y Series, Única y Zona de Investigación) y la plataforma atresplayer, tiene la labor de hacer que los contenidos de Atresmedia crucen las fronteras nacionales, llegando al resto de Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.
- **Nuevos Negocios y Licencias:** busca alcanzar acuerdos para la creación de nuevos productos y servicios enfocados en entretenimiento, información y contenido cultural que generen ingresos aprovechando la notoriedad de las marcas y contenidos del Grupo.
- **Media For Equity:** orientada a la inversión en sectores emergentes como la “silver economy” con empresas como Cuideo, Durcal o Saldados. En su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad social ha potenciado las inversiones en productos y servicios dirigidos al colectivo senior y a personas vulnerables.

- **Negocios Musicales:** orientada al negocio de la editorial musical para explotar los contenidos audiovisuales del Grupo, incluyendo la gestión de la discográfica Atresmúsica, encargada de la publicación de bandas sonoras originales de los contenidos de Atresmedia.

Estrategia

En 2023 se llevó a cabo una revisión integral de los objetivos y proyectos estratégicos, con el objetivo de adaptarlos a la evolución del negocio y a los cambios en los mercados y sectores donde opera Atresmedia. Este proceso, en el que participaron todas las áreas y numerosos profesionales, permitió redefinir las prioridades estratégicas. Dichas prioridades, que se presentan a continuación, han marcado la actividad del Grupo durante 2025:

- **Maximización del Valor de Negocios Tradicionales.** Consiste en optimizar y mejorar continuamente la televisión lineal y la radio, manteniendo su relevancia entre audiencias y anunciantes, con dos objetivos principales:
 - o Optimizar los activos y capacidades disponibles dentro del Grupo.
 - o Mejorar el posicionamiento y la rentabilidad en los negocios tradicionales.
- **Potenciar los Negocios Digitales.** Se centra en reforzar la distribución de contenidos y la generación de publicidad en el ámbito digital, impulsando tanto los negocios digitales basados en publicidad como los modelos de suscripción. El plan de crecimiento incluye la ampliación de contenido distribuido a través de plataformas propias y la innovación tecnológica para mayor alcance y generación de ingresos. Se espera un crecimiento significativo de los negocios digitales existentes y el desarrollo de nuevos negocios en los próximos años.
- **Liderar en la Generación de Contenidos Audiovisuales.** Atresmedia considera que la capacidad de creación de contenido de calidad y para todos los públicos es esencial para liderar en todos sus negocios. Las estrategias incluyen invertir en capacidades y talentos internos y externos para crear contenidos únicos, y establecer acuerdos y colaboraciones con productoras independientes y redes sociales. Una de las principales prioridades del Grupo es el enfoque multiplataforma, con el objetivo de conectar con usuarios en cualquier lugar y momento mediante la oferta de contenidos con carácter multicanal y en todos los dispositivos y formatos. Por otro lado, busca la adaptación de la generación de contenidos a canales tradicionales, digitales y redes sociales.
- **Profundizar en la Diversificación del Grupo.** El objetivo es ampliar la diversificación de ingresos más allá de la publicidad tradicional a través de la identificación y desarrollo de nuevos negocios orgánicos y disruptivos, y la expansión internacional como eje central del crecimiento. Los objetivos esperados son crear un conjunto de negocios diferentes para garantizar fuentes de ingresos sostenibles y diversas, y consolidar ingresos no dependientes de la publicidad.
- **Acelerar la Transformación del Grupo.** Se busca transformar el Grupo hacia una mayor flexibilidad y eficiencia mediante la adopción de tecnología. Esto incluye la implementación de proyectos de transformación enfocados en cambios rápidos y profundos, la adaptación a nuevas tendencias y dinámicas del sector, y la innovación con Inteligencia Artificial (IA) en procesos de creación de contenidos (texto, vídeo y audio) y la transformación y simplificación de tareas con IA para aportar valor añadido. Los resultados esperados incluyen la ejecución y desarrollo de múltiples proyectos clave que generen un impacto significativo en el futuro del Grupo.

Cadena de valor de Atresmedia

Por la naturaleza de sus actividades, Atresmedia ha definido dos cadenas de valor diferenciadas: una vinculada a su negocio principal, centrado en contenidos audiovisuales, y otra asociada a la diversificación, que incluye ingresos no dependientes de la publicidad. Sin embargo, el análisis de impactos, riesgos y oportunidades concluye que la mayoría de los IROs se concentran en el negocio principal. Ambas cadenas de valor se estructuran en tres segmentos: *upstream*, *own operations* y *downstream*, dentro de los cuales se desarrollan las siguientes actividades:

Cadena de valor del negocio principal (audiovisual, radio, publicidad)



- Upstream: el aprovisionamiento de los bienes y servicios y la colaboración con productoras y distribuidoras.
- Own operations: la producción y compra del contenido y la gestión de este.
- Downstream: la comercialización de espacios publicitarios, la venta y distribución de contenido nacional e internacional y la transmisión del contenido a la audiencia y a los suscriptores.

Cadena de valor del negocio de diversificación:



- Upstream: el aprovisionamiento de los bienes y servicios y la contratación de servicios profesionales.
- Own operations: la constitución de nuevas empresas, la inversión en empresas existentes, el desarrollo de nuevos negocios y la venta y distribución de contenido internacionalmente.
- Downstream: el Grupo Atresmedia. El principal cliente de las actividades de Atresmedia Diversificación es el propio Grupo Atresmedia a quién beneficia directamente las inversiones realizadas en otras sociedades.

SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas

Como se ha mencionado con anterioridad, Atresmedia llevó a cabo en 2023 un análisis de doble materialidad con el objetivo de evaluar tanto los impactos ambientales, sociales y de gobernanza generados por la actividad del Grupo, como los riesgos y oportunidades que estos mismos factores pueden representar para el rendimiento financiero y estratégico a corto, medio y largo plazo.

El resultado de dicho análisis es la matriz que se presenta a continuación:



A continuación, se presenta información sobre cómo Atresmedia considera los intereses y opiniones de las partes interesadas en su estrategia y su modelo de negocio. Adicionalmente, se describe cómo el Grupo lleva a cabo el entendimiento de las perspectivas de los grupos de interés, y de cómo dichas perspectivas influyen en el proceso de toma de decisiones. Además, en cada estándar del ámbito social, el Grupo informa de manera más detallada de los canales puestos en marcha para colaborar con su personal propio, sus anunciantes y su audiencia.

Relación con los grupos de interés

Atresmedia reconoce, la importancia de disponer de mecanismos que garanticen el diálogo, la transparencia y la relación bidireccional con los grupos de interés y poder así velar porque las inquietudes planteadas por ellos sean tomadas en consideración. Los grupos de interés clave para Atresmedia son:



La participación de estos grupos de interés en el proceso de doble materialidad fue esencial para integrar sus expectativas y valoraciones en las conclusiones del análisis. Las NEIS definen a los grupos de interés como las partes interesadas que pueden afectar a la empresa o verse afectadas por ella, y diferenciando entre:

- partes interesadas afectadas:** personas o grupos cuyos intereses se ven o pueden verse afectados, positiva o negativamente, por las actividades de la empresa y sus relaciones de negocio directas e indirectas a lo largo de su cadena de valor.
- usuarios del reporte:** los usuarios principales de la información financiera en general (inversores existentes y potenciales, prestamistas y otros acreedores, incluidos los gestores de activos, las entidades de crédito y las empresas de seguros) y otros usuarios de los Informes de Sostenibilidad, incluidos los socios comerciales de la empresa, los sindicatos y los interlocutores sociales, las organizaciones de la sociedad civil y no gubernamentales, los Gobiernos, los analistas y los académicos.

Ambas tipologías de grupos de interés se consideraron e involucraron en el análisis llevado a cabo por Atresmedia en 2023. La siguiente tabla diferencia entre partes interesadas afectadas y usuarios del reporte y resume la relación que se da con cada grupo de interés y los mecanismos de comunicación puestos en marcha por Atresmedia para fortalecer las relaciones con todos ellos.

Grupos de interés	Canales comunicación	Relación con los Grupos de interés
Partes interesadas afectadas		
Proveedores		
Bienes y servicios	- Plataforma de adjudicación de proveedores de bienes y servicios. - Relación directa departamentos correspondientes (Compras, Producción Ajena, Producción Propia).	La gestión de la relación con los proveedores de bienes y servicios es responsabilidad de la Dirección de Compras que vela por el cumplimiento de los compromisos recogidos en la Política de Compras.
Productoras		La gestión de la relación con las productoras de contenidos se lleva a cabo desde la Dirección de Producción.
Distribuidoras		La gestión de la relación con las productoras de contenidos se lleva a cabo desde la Dirección de Producción Ajena.
Clientes		
Anunciantes	- Evento (UPFRONT) para los anunciantes del Grupo. - Oficina del anunciante, portal de clientes. - Web Atresmedia Publicidad. - Redes sociales y canal de WhatsApp - Comunicación directa.	La gestión de la relación con los anunciantes se lleva a cabo desde la Dirección de Publicidad.
Audiencia	- Centro de ayuda atresplayer: - Perfiles en redes sociales, emails y teléfonos de atención. - El canal de denuncias está disponible para que cualquier persona pueda dirigir sus comunicaciones. - Grupos de discusión y estudios.	La gestión de la relación con la audiencia se lleva a cabo a través de diferentes direcciones, como la Dirección de Radio o la Dirección de Televisión.
Suscriptores		La gestión de la relación con los usuarios de atresplayer se lleva a cabo desde el departamento especializado, que da servicio de atención al cliente a los usuarios de la plataforma.
Fuerza Laboral (personal propio)		
Asalariados	- Intranet corporativa Atresmil y a3mia - Comunicaciones relacionadas con las iniciativas de responsabilidad corporativa de Atresmedia en las que pueden participar - Buzones de áreas (RRHH o Sostenibilidad) - Revista interna MASDIII donde se publican las principales novedades del Grupo. - Formación programa 3.0. - Proceso de <i>Onboarding</i>. - Comités de Empresa.	La gestión de la relación con los asalariados se lleva a cabo desde el departamento de Recursos Humanos y PRL principalmente, que operan bajo la Dirección General Corporativa.
No asalariados		En la relación con los no asalariados, intervienen por un lado la Dirección de Prevención de Riesgos Laborales y Servicios Médicos y, por otro lado, las áreas encargadas de la contratación de los servicios.
Partes interesadas afectadas y usuarios del reporte		
Sociedad		
ONG	- Ruedas de prensa, notas de prensa y sección web: https://www.atresmedia.com/prensa/ - Web de Sostenibilidad https://www.atresmediacorporacion.com/sostenibilidad/	Atresmedia se relaciona con las ONG a través de diferentes iniciativas, como la cesión de espacios publicitarios o los acuerdos con entidades como Manos Unidas o UNICEF que se ejecutan bajo la Dirección de Sostenibilidad.
Asociaciones y grupos de trabajo		Atresmedia se relaciona con diferentes asociaciones mediante la participación en sus foros y actividades, como pueden ser AUTOCONTROL, Fonética o el RMF.

Colectivos vulnerables y minoritarios	• Webs de las diferentes divisiones y líneas de negocio. • Los propios canales de Atresmedia (televisión, radio y digital). • Canal de denuncias y buzones de correo electrónico. • Participación en clústeres específicos y grupos de trabajo. (Forética, RMF) • Espacios publicitarios gratuitos para visibilizar la labor de a entidades sociales.	Atresmedia se relaciona con estos actores mediante la firma de acuerdos con diferentes entidades que trabajan para su inserción gestionados a través del trabajo conjunto entre la Dirección de Sostenibilidad y la Dirección de RRHH que operan bajo la Dirección General Corporativa.
Comunidades locales		La principal vía de relación es a través del programa de voluntariado corporativo; firmas de convenio de colaboración con fundaciones y asociaciones, ejecutado bajo la Dirección de Sostenibilidad
Usuarios del reporte		
Accionistas		
Grupo Planeta DeAgostini	• Presentaciones corporativas, eventos.	La relación con los accionistas se lleva a cabo, principalmente desde la Dirección de Asesoría Jurídica.
RTL Group	• Comunicación directa desde el área de relación con inversores.	
Accionistas minoritarios	• Web corporativa, oficina del accionista	-
Inversores		
Inversores potenciales	• Presentaciones corporativas, eventos. • Comunicación directa desde el área de relación con inversores. • Investor Day • Web corporativa- oficina del inversor	La relación con los inversores es responsabilidad del departamento de Relación con Inversores que opera bajo la Dirección Financiera.
Reguladores		
CNMV (Comisión Nacional del Mercado de Valores)	• Comunicaciones vía mail o portal de la CNMV/CNMC. • Participación en el Grupo de Emisores.	La relación con la CNMV se da, principalmente mediante el intercambio de información, así como la participación del Grupo en el grupo de emisores.
CNMC (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia)		La CNMC tiene una relación relevante con las empresas por su labor de regulación de la competencia, regulación sectorial, supervisión de tarifas y condiciones, control de concentraciones empresariales y protección de los consumidores.
Fuerza Laboral		
Comités de Empresa	• Reuniones periódicas	La relación con los representantes de los trabajadores se ejecuta, principalmente a través de la dirección de RRHH que opera bajo la Dirección General Corporativa.

Plan de involucración de los grupos de interés

Previo a la realización del análisis de doble materialidad, el Grupo Atresmedia definió **un plan de involucración de sus grupos de interés** con el objetivo de garantizar que todas las partes interesadas estuvieran representadas y de que su perspectiva contribuyera a identificar los asuntos más relevantes para el Grupo. Este plan contó con tres fases principales:

1. **Fase de identificación de IROs.** Esta fase contó con la participación de directores y mandos intermedios de todas las áreas estratégicas del Grupo con el objetivo de tener una visión global del negocio (estrategia, producción, servicios generales, marketing social corporativo, financiero, asesoría, recursos humanos, diversificación, etc.) Gracias a su colaboración Atresmedia identificó y validó un

listado preliminar de impactos, riesgos y oportunidades para someter a evaluación en la segunda fase. Cada responsable, contribuyó a la identificación de IROs asociados a su actividad dentro del Grupo.

2. **Fase de evaluación de IROs.** Esta fase contó con la participación de todos los grupos de interés tanto internos como externos del Grupo Atresmedia. Un total de 56 personas participaron en este proceso, que se divide a su vez en dos subetapas: evaluación interna y evaluación externa.

Evaluación interna. Esta evaluación contó con la participación de:

- **Los directores y mandos intermedios que identificaron los IROs iniciales** quienes evaluaron mediante cuestionarios y entrevistas la relevancia de todos los impactos, riesgos y oportunidades asociados a su actividad dentro del Grupo. En este proceso se recopiló un total de 28 respuestas.
- **El departamento de Auditoría interna,** responsable de la gestión de riesgos de la Compañía, junto con el departamento financiero, evaluó la totalidad de riesgos y oportunidades identificados en la fase de identificación.
- **Los asalariados del Grupo** pertenecientes a diferentes departamentos de Atresmedia (Financiero, Servicios Generales, Programación, Estrategia, RRHH, Marketing, Fundación Atresmedia, Informativos de Antena 3 y laSexta, Publicidad, Producción Ajena, Onda Cero y Diversificación) participaron en dos talleres de trabajo donde evaluaron la totalidad de los impactos identificados. Un total de 13 empleados participaron en este proceso, en el que se buscó una representación amplia de los asalariados del Grupo.

Evaluación externa. Mediante entrevistas y cuestionarios, Atresmedia involucró a sus grupos de interés externos en el proceso de evaluación de IROs. Atendiendo a su relación con Atresmedia y a su rol en la sociedad, se diferenció entre evaluadores de impactos y evaluadores de riesgos y oportunidades, de modo que:

- **Evaluadores de impactos:** los representantes de los proveedores de bienes y servicios, de las productoras y distribuidoras con las que Atresmedia trabaja, de sus anunciantes y agencias, de la audiencia y de la sociedad en general, evaluaron la totalidad de los impactos identificados. En este proceso se recibieron un total de 12 respuestas.
- **Evaluadores de riesgos y oportunidades:** los representantes de los accionistas e inversores evaluaron la totalidad de los riesgos y oportunidades identificados. Un total 3 personas participaron en este proceso.

Grupos de interés	N.º participantes	Evaluación
Internos		
Representantes de las áreas estratégicas	28	IROs específicos de su área de <i>expertise</i> .
Auditoría Interna y Financiero		Todos los riesgos y oportunidades
Fuerza Laboral	13	Todos los impactos.
Externos⁶		
Accionistas	1	Todos los riesgos y oportunidades.
Inversores	2	Todos los riesgos y oportunidades.
Proveedores de bienes y servicios	3	Todos los impactos.
Productoras	1	Todos los impactos.
Distribuidoras	1	Todos los impactos.
Anunciantes y/o agencias de publicidad	1	Todos los impactos.
Representantes⁷ de la audiencia	2	Todos los impactos.
Representantes de la sociedad	4	Todos los impactos.

⁶ No se ha involucrado a los Reguladores por su condición de organismo público.

⁷ Representantes de la audiencia como asociaciones y representantes de la sociedad como asociaciones, ONGs y fundaciones representantes de comunidades locales.

3. **Fase de determinación.** En esta fase se consolidaron todas las respuestas de la fase anterior, aplicando los parámetros descritos en el presente Informe (véase apartado NEIS 2 IRO-1). Como resultado se identificaron los asuntos más relevantes para el Grupo Atresmedia, tanto desde la perspectiva de impacto, como desde la perspectiva financiera (riesgos y oportunidades). Esta identificación de asuntos materiales fue posible, además, gracias a la vinculación de todos los impactos, riesgos y oportunidades identificados y evaluados a temáticas propias del Grupo Atresmedia. Estos resultados, quedaron plasmados en la matriz de materialidad.

Entendimiento de las prioridades de los grupos de interés

Gracias al proceso de doble materialidad, Atresmedia puede comprender mejor los intereses, preocupaciones y opiniones de sus grupos de interés, así como la visión que estos tienen sobre su modelo de negocio. Además, gracias a la metodología utilizada para la evaluación, segmentada por grupos de interés, Atresmedia obtuvo una visión específica de los asuntos más relevantes para cada una de las partes interesadas y una visión general de los asuntos más relevantes para todos ellos. Esta última, junto a la visión interna del Grupo, ha servido para identificar los asuntos más relevantes para Atresmedia.

Este proceso, unido a otros métodos y actuaciones que el Grupo tiene en marcha para colaborar de forma específica con diferentes grupos de interés y que se encuentran descritos en el presente informe, permiten a Atresmedia atender a las sugerencias, preocupaciones y propuestas de sus partes interesadas.

Consideración de la perspectiva de los grupos de interés

Identificados los asuntos más relevantes para Atresmedia, y los impactos, riesgos y oportunidades asociados a cada uno de ellos, el Grupo ha analizado cómo da respuesta a cada una de las cuestiones planteadas, y continúa trabajando para cubrir las cuestiones que, con sus políticas, compromisos, actuaciones y objetivos, no quedan totalmente cubiertas.

Este compromiso nace de la importancia que el Grupo Atresmedia da a la consideración de los intereses, opiniones e inquietudes de sus grupos de interés y la comprensión de cómo estos pueden influir en su estrategia y modelo de negocio.

Las actuaciones detalladas en el presente Informe están orientadas a satisfacer las necesidades e inquietudes de los grupos de interés de Atresmedia, especialmente, de sus asalariados (NEIS S1), anunciantes y audiencias (NEIS S4), así como a generar valor para los accionistas y riqueza para el Grupo y la sociedad en su conjunto. Con sus políticas, mecanismos y actuaciones el Grupo busca generar impactos positivos en la sociedad y en el entorno, mitigar posibles impactos negativos que puedan derivarse de su actividad, minimizar la aparición de riesgos que puedan afectar a su negocio y aprovechar las oportunidades que se presentan.

Gracias a este proceso que se realiza periódicamente y al resto de procesos de colaboración con los grupos de interés, el Grupo puede atender de manera eficaz a sus necesidades, considerándolas cuando resulta oportuno en la estrategia de Atresmedia.

Proceso de información a los órganos administrativos, de gestión y de supervisión

Tal y como se ha mencionado con anterioridad, Atresmedia, a través de las diferentes direcciones corporativas eleva a los órganos de administración, dirección y supervisión las cuestiones relevantes que puedan afectar a la estrategia y el modelo de negocio, incluyendo los aspectos relacionados con la sostenibilidad. En 2024, la Directora General Corporativa presentó a la Comisión de Auditoría y Control el proceso seguido para elaborar el primer estudio de doble materialidad del Grupo, así como los principales asuntos materiales relacionados con los impactos, riesgos y oportunidades tratados en el análisis, resultado de la evaluación de los diferentes grupos de interés y en 2025, volvió a presentar ante esta comisión los resultados del análisis, esta vez junto con el enfoque de reporte del Estado de Información No Financiera e Información de sostenibilidad 2024, abordado por primera vez bajo la perspectiva de impactos, riesgos y oportunidades y en consonancia con los resultados de la doble materialidad.

SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y modelo de negocio

Atresmedia busca ofrecer una visión clara y estructurada de los impactos, riesgos y oportunidades materiales identificados en su análisis de doble materialidad y sobre cómo estos afectan a su estrategia y modelo de negocio.

Con el objetivo de entender las cuestiones que debían considerarse en la evaluación de doble materialidad, previo al plan de involucración de los grupos de interés descrito en el apartado anterior (SBM- 2), el Grupo llevó a cabo un trabajo de entendimiento del negocio, sus grupos de interés y su cadena de valor, que sirvió de base para la posterior identificación, evaluación y determinación de IROs y asuntos materiales.

De este modo el proceso completo de análisis de materialidad quedó estructurado en 4 fases fundamentales:

Etapa 1. Trabajo previo	Etapa 2. Plan de Involucración de los grupos de interés		
Fase 0. Entendimiento	Fase 1. Identificación	Fase 2. Evaluación	Fase 3. Determinación

En la fase de identificación, como se ha mencionado anteriormente, Atresmedia vinculó los impactos, riesgos y oportunidades a evaluar a una serie de temáticas propias definidas en base a las particularidades del sector de los medios de comunicación con el objetivo de que reflejasen las especificidades de su negocio. La selección de estas temáticas se ha realizado considerando los siguientes aspectos:

- El propio conocimiento que Atresmedia tiene de su modelo de negocio y del entorno en el que se desenvuelve.
- Los análisis de materialidad llevados a cabo por el Grupo en años anteriores, en los que se constató la relevancia de algunos temas intrínsecos a un medio de comunicación.
- Los inputs recibidos en grupos de trabajo especializados en medios y sostenibilidad en el panorama internacional como el Responsible Media Forum y los informes elaborados por él, tales como el *Media Materiality Report 2022*.

Con el objetivo de responder a los requerimientos de las NEIS (concretamente al AR 16 de la NEIS 1), Atresmedia vinculó estas temáticas propias a las temáticas y sub-(sub-)temáticas propias de la norma, de modo que existiera una correlación total entre ambas, y que todos los IROs identificados quedaran cubiertos por los estándares de las NEIS. Concretamente, las temáticas propias de Atresmedia se vincularon a 9 de las 10 NEIS temáticas, quedando excluida del proceso la NEIS S3, Colectivos afectados. Ésta, junto con una serie de sub-(sub-) temáticas de otras NEIS quedaron excluidas del proceso de análisis por no tener una vinculación directa con el negocio de Atresmedia, ni con su cadena de valor (véase el apartado IRO-2 para conocer el detalle).

A continuación, se detalla la relación entre las temáticas propias de Atresmedia, plasmadas en la matriz de doble materialidad y las temáticas y sub-(sub-) temáticas, contempladas en el AR16:

Temáticas Atresmedia	Temática NEIS asociada	Sub-(sub-)temática NEIS asociada
Accesibilidad de los contenidos*	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 No discriminación
		S4 Acceso a la información (de calidad)
Alfabetización mediática e informacional y digital*	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Acceso a la información (de calidad)
Altavoz social y por el clima*	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 No discriminación
		S4 Prácticas de marketing responsable
		S4 Acceso a la información (de calidad)
Bienestar, salud y seguridad de los empleados*	S1 Personal propio	S1 Conciliación laboral
		S1 Salud y seguridad
		S1 Empleo Seguro
		S1 Diálogo social, negociación colectiva y libertad de asociación
		S1 Diversidad

		S1 Salarios adecuados
		S1 Formación y desarrollo
Biodiversidad	E4 Biodiversidad y ecosistemas	E4 Otros
Buen gobierno y ética empresarial*	G1 Conducta empresarial	G1 Cultura Corporativa
		G1 Protección de denunciantes
		G1 Prevención y detección, incluida la formación
		G1 Gestión de las relaciones con los proveedores
	G1 Compromiso Político	
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Libertad de expresión
Cadena de suministro responsable	E1 Cambio climático	E1 Energía
	E5 Uso de recursos y economía circular	E5 Entrada de recursos
	G1 Conducta empresarial	G1 Gestión de las relaciones con proveedores
Cambio climático*	E1 Cambio climático	E1 Adaptación al cambio climático
		E1 Mitigación del cambio climático
		E1 Energía
Ciberseguridad*	S1 Personal propio	S1 Privacidad
		S1 Formación y desarrollo
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Privacidad
	G1 Conducta empresarial	G1 Cultura Corporativa
Contaminación	E2 Contaminación	E2 Contaminación del aire
		E2 Contaminación del agua
		E2 Sustancias preocupantes
Contenido responsable, veraz y de calidad*	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Acceso a la información (de calidad)
		S4 Libertad de expresión
		S4 Prácticas de marketing responsable
		S4 Salud y seguridad
Cumplimiento normativo*	G1 Conducta empresarial	G1 Cultura corporativa
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Salud y seguridad
Derechos humanos y laborales*	S1 Personal propio	S1 todas las temáticas ⁸
	S2 Trabajadores de la cadena de valor	S2 todas las temáticas ⁹
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Prácticas de marketing responsable
		S4 Libertad de expresión
	G1 Conducta empresarial	G1 Cultura corporativa
		G1 Protección de denunciantes
G1 Compromiso político		
Diversidad, equidad e inclusión*	S1 Personal propio	S1 Diversidad
		S1 Medidas contra la violencia y el acoso
		S1 Empleo e inclusión de las personas con discapacidad.
		S1 Igualdad de género e igualdad de remuneración
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 No discriminación
Gestión del agua	E3 Recursos hídricos y marinos	E3 Consumo de agua
		E3 Vertidos de agua
Inversión sostenible*	G1 Conducta empresarial	G1 Cultura Corporativa
Lucha contra las fake news y la desinformación*	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Acceso a la información (de calidad)
		S4 Libertad de expresión
Producciones sostenibles	E1 Cambio climático	E1 Mitigación al cambio climático
Protección de datos y privacidad*	S1 Personal propio	S1 Formación y desarrollo
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Privacidad
Publicidad responsable*	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Prácticas de marketing responsable
		S4 Salud y Seguridad
		S4 Acceso a la información (de calidad)
	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Protección de los niños
		S4 No discriminación

⁸ "S1 todas las temáticas" recoge la totalidad de las sub-temáticas y sub-sub-temáticas del estándar S1 Personal Propio (condiciones de trabajo, igualdad de trato y oportunidades para todos y otros derechos laborales, incluyendo todas las sub-sub-temáticas relacionadas).

⁹ "S2 todas las temáticas" recoge la totalidad de las sub-temáticas y sub-sub-temáticas del estándar S2 Trabajadores de la cadena de valor (condiciones de trabajo, igualdad de trato y oportunidades para todos y otros derechos laborales, incluyendo todas las sub-sub-temáticas relacionadas).

Relación e impacto en la comunidad*		S4 Prácticas de marketing responsable
		S4 Acceso a la información de calidad
		S4 No discriminación
		S4 Salud y seguridad
		S4 Acceso a productos y servicios
	S1 Personal propio	S1 Empleo e inclusión de personas con discapacidad
		S1 Formación y desarrollo
	S2 Trabajadores de la cadena de valor	S2 Empleo e inclusión de personas con discapacidad
Trabajadores no asalariados	S1 Personal propio	S1 Empleo seguro
		S1 Salud y seguridad
Transformación digital e inteligencia artificial*	S4 Consumidores y usuarios finales	S4 Acceso a productos y servicios
		S4 Acceso a la información de calidad
		S4 Privacidad
Uso de los recursos y economía circular	E5 Uso de los recursos y economía circular	E5 Entrada de recursos
		E5 Salida de recursos
		E5 Residuos

Resultados de la fase de identificación: durante la fase de identificación, se detectaron un total de 252 IROs (129 impactos, 38 oportunidades y 85 riesgos) que podrían influir directa o indirectamente en las operaciones del Grupo y en diversas etapas de su cadena de valor y que posteriormente serían evaluados por los grupos de interés.

Resultado de la fase de evaluación y determinación: como resultado de la evaluación, Atresmedia determinó que 18 de sus temáticas propias eran materiales, al superar el umbral definido (para más detalles sobre el criterio utilizado, consulte el requisito de divulgación IRO-1). Estas temáticas fueron consideradas materiales por su relevancia desde la perspectiva de impacto, financiera o ambas. Este enfoque dual garantizó que los temas no solo fueran significativos para los grupos de interés, sino también esenciales para el desempeño financiero y la sostenibilidad a largo plazo de la organización. **Traducido a las NEIS, esto significó que 6 de las 10 temáticas NEIS eran materiales para el Grupo Atresmedia.** En este proceso, se identificaron, además, un total de 218 IROS materiales, siendo 104 impactos, 35 oportunidades y 79 riesgos.

A continuación, se detallan las temáticas NEIS correspondientes al listado preliminar de impactos, riesgos y oportunidades identificados, así como los temas que resultaron materiales resaltados en naranja y con la identificación (*).

Temática	Sub-temática	Sub-temática
E1 Cambio climático*	Adaptación al cambio climático * Mitigación del cambio climático* Energía *	
E2 Contaminación	Contaminación del aire Contaminación del agua Sustancias preocupantes	
E3 Recursos hídricos y marinos	Agua	Consumo de agua Vertidos de agua
E4 Biodiversidad y ecosistemas	Factores de incidencia directa sobre la pérdida de biodiversidad	Otros
E5 Uso de recursos y economía circular	Entradas de recursos, incluida la utilización de los recursos Salidas de recursos relacionadas con productos y servicios Residuos	
S1 Personal Propio*	Condiciones de trabajo* Igualdad de trato y oportunidades* Otros derechos laborales*	Todas las sub-sub temáticas*
S2 Trabajadores de la cadena de valor*	Condiciones de trabajo * Igualdad de trato y oportunidades * Otros derechos laborales*	Todas las sub-sub temáticas*

S4 Consumidores y usuarios finales*	Incidencias relacionadas con la información para los consumidores o usuarios finales* Seguridad personal de los consumidores o usuarios finales* Inclusión social de los consumidores o usuarios finales*	Privacidad, libertad de expresión, acceso a la información (de calidad) * Salud y seguridad, protección de los niños* No discriminación, acceso a productos y servicios, prácticas de marketing responsables
G1 Conducta empresarial*	Cultura corporativa * Protección de los denunciantes* Compromiso político y actividades de los grupos de presión * Gestión de las relaciones con los proveedores, incluidas las prácticas de pago* Corrupción y soborno *	Prevenición y detección, incluida la formación

Las temáticas NEIS E2 (Contaminación), E3 (Recursos hídricos y marinos), E4 (Biodiversidad y ecosistemas) y E5 (Uso de recursos y economía circular) no fueron consideradas materiales, ya que los impactos, riesgos y oportunidades asociados no superaron el umbral de materialidad establecido.

Los impactos, riesgos y oportunidades materiales se representaron en la matriz anterior compuesta por dos ejes principales: el eje X, que representa la materialidad financiera, y el eje Y, que representa la materialidad de impacto. En ella, se representan todas las temáticas identificadas y evaluadas, tanto las consideradas materiales como las no materiales, reflejando así uno de los valores esenciales del Grupo: la transparencia.

Adicionalmente, dichas temáticas se clasificaron según su enfoque ambiental, social y de gobernanza. Finalmente, las temáticas materiales se agruparon en cuatro categorías en función de su grado de importancia: crítico, alto, medio y bajo.

Con respecto a los impactos, riesgos y oportunidades materiales cabe destacar que el Grupo proporcionará la información descriptiva sobre los mismos en cada NEIS temática correspondiente, teniendo en consideración los elementos detallados a continuación:

- Una breve descripción de los impactos, riesgos y oportunidades materiales resultantes de la evaluación y en qué parte de la cadena de valor se encuentran
- Los horizontes temporales.
- en relación con los impactos, cómo afectan los impactos negativos y positivos reales (o, en el caso de impactos potenciales, cómo se espera que afecten) a las personas o al medioambiente y si el Grupo está implicado en los impactos a través de sus actividades o debido a sus relaciones de negocio, describiendo la naturaleza de las actividades o relaciones de negocio en cuestión.

En 2025, no se han producido cambios en los impactos, riesgos y oportunidades incluidos en el análisis. Adicionalmente, cabe señalar que todos los impactos, riesgos y oportunidades se originan o están relacionados con la estrategia y el modelo de negocio del Grupo Atresmedia dado que el entendimiento de la Compañía y del sector fue la principal base del análisis.

El Grupo Atresmedia no ha identificado efectos financieros significativos adicionales a los identificados con anterioridad a la realización del análisis de doble materialidad. No obstante, incorpora los riesgos de sostenibilidad en su mapa de riesgos corporativo con el objetivo de hacer un seguimiento de la evolución de estos.

Las áreas que se ocupan de temas importantes para la actividad de Atresmedia y para su plan estratégico analizan los riesgos para saber qué impacto pueden tener y con qué probabilidad pueden ocurrir. Para ello, cuentan con mecanismos que les permiten prevenir estos riesgos, realizando pruebas y evaluaciones con el fin de evitar que afecten al cumplimiento de los objetivos estratégicos del Grupo.

Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades

IRO-1: Descripción del proceso para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa

Con el objetivo de determinar los aspectos relevantes desde la perspectiva de doble materialidad, Atresmedia se apoyó en las disposiciones normativas de las NEIS y aplicó una metodología estructurada en las fases anteriormente descritas.

a) Fase de entendimiento

La fase de entendimiento se centró en comprender de manera integral la actividad y operaciones del Grupo. Esta fase contempló a su vez varios procesos:

- **Análisis del modelo de negocio.** Inicialmente, se llevó a cabo un análisis detallado del modelo de negocio de Atresmedia para entender las diferentes líneas de negocio existentes, la actividad específica desarrollada por cada una de ellas y cómo genera valor el Grupo. Para ello, se realizó un análisis exhaustivo de diferentes documentos relevantes para Atresmedia y se llevaron a cabo entrevistas con áreas estratégicas del Grupo.
- **Entendimiento de la cadena de valor.** En segundo lugar, se procedió a comprender la cadena de valor del Grupo. Esta se define como el conjunto de actividades, recursos y relaciones que están vinculados al modelo de negocio de la empresa y al entorno externo en el que opera. Los participantes en las actividades de *upstream* (como los proveedores de bienes o contenidos, por ejemplo) aportan productos o servicios que el Grupo utiliza para desarrollar su actividad principal. Por otro lado, aquellos participantes en las actividades de *downstream* (como los clientes, por ejemplo) son los receptores de los productos o servicios que ofrece Atresmedia e incluyen tanto a consumidores de contenidos, como usuarios de los espacios publicitarios. El proceso de entendimiento del negocio permitió comprender los objetivos y el funcionamiento de las cuatro líneas de negocio: audiovisual, radio, publicidad y diversificación. Este análisis llevó a categorizar las operaciones del Grupo en dos grandes bloques: por un lado, las actividades relacionadas con el contenido, que incluye las líneas de audiovisual, radio, y publicidad que componen el negocio principal; y por otro, el bloque de diversificación, que comprende todas las actividades no dependientes de la creación de contenido. En este sentido, debido a las diferencias entre el negocio principal (ingresos mayoritarios) y el negocio de diversificación del Grupo, se detallaron ambas cadenas de valor dado que los IROs identificados podían diferir según el tipo de negocio.
- **Identificación de los grupos de interés.** Durante la fase de entendimiento, se puso especial énfasis en la identificación de los grupos de interés clave, reconociendo a todas las partes que influyen o están influenciadas por las actividades del Grupo, desde proveedores y entidades reguladoras hasta clientes y asociaciones.
- **Sesión de trabajo con áreas estratégicas.** Para concluir la fase de entendimiento e iniciar la fase de identificación de IROs, se formó un grupo de trabajo con representantes de áreas estratégicas para el Grupo. En la primera sesión de trabajo, se llevó a cabo una lluvia de ideas o *brainstorming* con el objetivo de entender los temas más relevantes para el Grupo en materia de sostenibilidad, considerando aspectos como el impacto social y ambiental, la gobernanza corporativa, junto a temas específicos del sector, tales como la accesibilidad del contenido, la publicidad responsable o la lucha contra las *fake news* y la desinformación.

Este análisis ayudó a entender las prioridades de Atresmedia y a orientar estrategias futuras, asegurando que el Grupo no sólo diera respuesta a sus necesidades inmediatas, sino que también estuviera alineado con las principales tendencias y desafíos a largo plazo del sector.

b) Fase de identificación

La fase de identificación se centró en determinar los impactos (materialidad de impacto) que Atresmedia genera en el medio ambiente y en la sociedad a lo largo de toda su cadena de valor, así como aquellos riesgos

y oportunidades (materialidad financiera) que pueden afectar al desempeño del Grupo, derivados de los temas relevantes del sector señalados en la fase anterior. En la fase de identificación se llevaron a cabo dos procesos: un proceso de análisis previo y uno de colaboración con las áreas.

Proceso de análisis previo: En primer lugar, se llevó a cabo un proceso de indagación y análisis para identificar impactos, riesgos y oportunidades. Este proceso incluyó los siguientes pasos:

- Entendimiento del Grupo y sus operaciones: como resultado del entendimiento del Grupo y de toda su cadena de valor, se identificaron diferentes IROs vinculados a *upstream, own operations* y *downstream*.
- Análisis sectorial: a través del *Media Materiality Report 2022* elaborado por *Responsible Media Forum*, así como otros documentos relevantes del sector *Media & Entertainment*, se identificaron diferentes IROs a nivel sectorial para aquellas líneas de negocio del Grupo (audiovisual, radio, publicidad y diversificación).
- Análisis de fuentes internas: a través de diferentes fuentes internas del Grupo (entre otros, el Estado de Información No Financiera 2022, códigos deontológicos, políticas corporativas, análisis de materialidad previo, etc.), se identificaron diferentes IROs vinculados a la actividad del Grupo.
- Análisis de fuentes externas: a través de diferentes fuentes externas (GRI suplemento sectorial de medios de comunicación, *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, *World Economic Forum (WEF)*, *Spain Audiovisual Hub*, leyes sectoriales, etc.) se identificaron diferentes IROs vinculados a la actividad del Grupo.
- *Benchmark*: mediante un análisis de información pública disponible de empresas comparables a Atresmedia se identificaron diferentes IROs que resultaron de aplicación para la actividad del Grupo.
- Índices de sostenibilidad: la respuesta a los diferentes índices de sostenibilidad en los que participó Atresmedia (MSCI, CDP, S&P) se utilizó como input para la identificación de IROs vinculados a diferentes temáticas de sostenibilidad.
- Mapa de riesgos corporativo: los asuntos en materia de sostenibilidad que formaron parte del mapa de riesgos corporativo se utilizaron como input para la identificación de riesgos en el contexto de doble materialidad

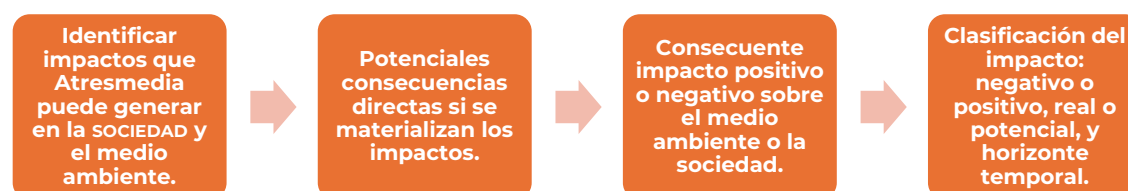
Tras el análisis efectuado para identificar IROs, los mismos se clasificaron de la siguiente manera:

Clasificación impactos, riesgos, oportunidades	
Nivel de la cadena de valor	<i>Upstream, own operations, downstream.</i>
Líneas de negocio	Corporación, audiovisual, radio, publicidad, diversificación.
Actividades de las líneas de negocios	Bienes y servicios, producción y compra de contenido, nuevos negocios etc.
Actividades específicas	Producción, rodaje, emisión de contenido, medición de la audiencia etc.
Contexto	Información contextual para el entendimiento de IROs.
Descripción IROs	Descripción del impacto, riesgo u oportunidad.
Clasificación de impactos	
Tipología	Positivo o negativo.
Probabilidad	Real o potencial.
Relación del impacto	Impactos directamente originados (contenido propio). Impactos a los que el Grupo ha contribuido (colaboraciones con terceros). Impactos vinculados a las operaciones del Grupo (cadena de valor).
Horizontes temporales	Corto plazo: <1 año. Medio plazo: 1-5 años. Largo plazo: >5 años.
Clasificación de riesgos y oportunidades	

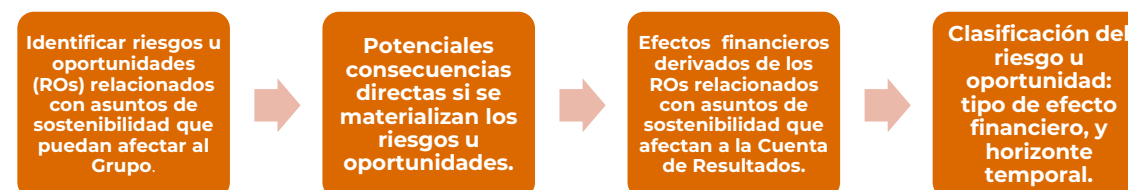
Tipología	Riesgo u oportunidad.
Probabilidad	Potencial.
Tipo de efecto financiero	Rendimiento de la empresa (desarrollo, desempeño, posición, resultados). Situación financiera (activo, pasivo, patrimonio neto). Flujos de efectivo (ingresos, gastos). Coste de capital o acceso a financiación.
Horizontes temporales	Corto plazo: <1 año. Medio plazo: 1-5 años. Largo plazo: >5 años.

Los siguientes flujogramas reflejan de manera visual la metodología utilizada, siendo el primer flujograma el que refleja la metodología para la identificación de impactos, y el segundo el que refleja la metodología para la identificación de riesgos y oportunidades

Proceso de identificación de impactos:



Proceso de identificación de riesgos y oportunidades:



En primer lugar, Atresmedia identificó los impactos positivos y negativos de sus actividades. Tras obtener un listado exhaustivo, se procedió a analizar los riesgos y oportunidades derivados de dichos impactos, cuando resultó pertinente.

Proceso de colaboración con áreas estratégicas: como se ha mencionado anteriormente, con el fin de validar el listado inicial y detectar posibles IROs adicionales, se asignaron expertos internos del Grupo de distintas áreas estratégicas (28 áreas en concreto, también denominados representantes de la fuerza laboral) a cada temática considerada. Una vez se listaron y clasificaron todos los impactos, riesgos y oportunidades, se trabajó en vincular los mismos por temáticas relacionadas con la sostenibilidad y específicas del sector medios de comunicación.

c) Fase de evaluación

La fase de evaluación busca definir un mecanismo para evaluar los impactos, riesgos y oportunidades y así definir los asuntos materiales. Para llevar a cabo dicha evaluación, se consideraron las escalas de valoración presentes en el mapa de riesgos corporativos del Grupo, con el fin de alinear la evaluación de la materialidad con los procesos internos de evaluación de riesgos, así como el proceso de evaluación sugerido por las NEIS.

Evaluación de impactos

Al evaluar los impactos se tuvieron en cuenta cuatro variables, la magnitud, el alcance, y la irremediabilidad, que conforman el concepto de gravedad, y la probabilidad:

- La magnitud se puede definir como el tamaño del impacto sobre el medio ambiente o sobre la sociedad, y se mide en una escala del 1 al 5, siendo 1 un impacto insignificante y 5 un impacto muy importante.
- El alcance se puede definir como la extensión o repercusión de los impactos negativos o positivos. En el caso de impactos ambientales, el alcance puede entenderse como la extensión del daño ambiental o un perímetro geográfico. En el caso de impactos sobre la sociedad, el alcance puede entenderse como el número de personas afectadas positiva o negativamente. El alcance se mide en una escala del 1 al 5, siendo 1 el alcance mínimo, y 5 el alcance global (sociedad o audiencia de Atresmedia).
- La irremediabilidad se puede definir como la facilidad o dificultad de remediar un impacto negativo y en qué medida, es decir, restaurar el medio ambiente o restablecer el estado anterior en el que estaban las personas afectadas. La irremediabilidad se mide en una escala del 1 al 5, siendo 1 la necesidad mínima o inexistente de medidas de remediación, y 5 la dificultad máxima de remediación.
- La probabilidad se puede definir como la posibilidad de que se materialice o no el impacto, y se mide en una escala del 1 al 5, siendo 1, improbable, y 5, seguro.

Evaluación de riesgos y oportunidades

Para evaluar los riesgos y oportunidades se tuvieron en cuenta únicamente dos variables, el efecto financiero, y la probabilidad:

- Los efectos financieros se pueden definir como efectos derivados de cuestiones ambientales, sociales o de buen gobierno que puedan influir negativamente (riesgo) o positivamente (oportunidad) en la situación financiera de la empresa, el rendimiento financiero, los flujos de efectivo, el acceso a la financiación o el coste del capital a corto, medio o largo plazo.
- La probabilidad se puede definir como la posibilidad de que se materialice o no el riesgo u oportunidad, y se mide en una escala del 1 al 5, siendo 1, improbable, y 5, seguro.

Los riesgos de sostenibilidad son gestionados y evaluados al mismo nivel y con la misma metodología y parámetros que el resto de los riesgos identificados en el mapa de riesgos corporativos. Asimismo, cuando alcanzan un nivel significativo estos riesgos se incorporan al sistema de gestión de Riesgos corporativo, así como los controles establecidos para prevenir su materialización. En 2025 Atresmedia continuará actualizando el sistema de gestión de riesgos corporativo para atender a las nuevas necesidades que van emergiendo.

Representación gráfica de las escalas de valoración

La evaluación de los impactos difiere en función de si son positivos o negativos, reales o potenciales, como puede visualizarse de forma gráfica a continuación:

Gravedad		Probabilidad	
Impactos positivos y negativos		Impactos negativos	Impactos potenciales
Magnitud del impacto	Alcance del impacto	Irremediabilidad del impacto	Posibilidad de ocurrencia
Impacto insignificante sobre el medioambiente y/o sociedad.	Impacto mínimo sobre el medioambiente y/o sociedad.	No se necesitan medidas correctivas para restablecer la situación la anterior.	Es improbable que se materialice el impacto.
Impacto menor sobre el medioambiente y/o sociedad.	Impacto limitado sobre el medioambiente y/o sociedad.	Fácil de restaurar una situación equivalente a la anterior.	Es poco probable que se materialice el impacto.
Impacto moderado sobre el medioambiente y/o sociedad.	Impacto medio sobre el medioambiente y/o sociedad.	No es fácil restaurar una situación equivalente a la anterior.	Es probable que se materialice el impacto.
Impacto importante sobre el medioambiente y/o sociedad.	Impacto generalizado sobre el medioambiente y/o sociedad.	Dificultad para restaurar una situación equivalente a la anterior.	Es muy probable que se materialice el impacto.
Impacto muy importante sobre el medioambiente y/o sociedad.	Impacto global sobre el medioambiente y/o sociedad.	Muy difícil o imposible de restaurar una situación equivalente a la anterior.	Es seguro que se materializará el impacto.

En cambio, la evaluación de los riesgos y oportunidades se mide a través de dos variables, el efecto financiero y la probabilidad, representadas a continuación:

Efecto Financiero		Probabilidad
Riesgos y oportunidades		R&O potenciales
Magnitud potencial del efecto financiero		Posibilidad de ocurrencia
< 3,5 millones €	El riesgo o la oportunidad no genera ningún efecto financiero significativo.	Es improbable que se materialice el riesgo o la oportunidad.
3,5 -5,25 millones €	El efecto financiero es de rango bajo.	Es poco probable que se materialice el riesgo o la oportunidad.
5,25 – 7 millones €	El efecto financiero es de rango medio.	Es probable que se materialice el riesgo o la oportunidad.
7 – 8,75 millones €	El efecto financiero es de rango alto.	Es muy probable que se materialice el riesgo o la oportunidad.
>8,75 millones €	El efecto financiero es de rango muy alto.	Es seguro que se materializará el riesgo o la oportunidad.

En el proceso de evaluación, el criterio utilizado para evaluar los riesgos y oportunidades fue realizar una media entre el efecto financiero y la probabilidad de ocurrencia, alineando dicho criterio con el establecido por el área de Auditoría Interna del Grupo y en el caso de los impactos, se realizó la media entre gravedad y probabilidad.

Finalmente, tras la validación de las escalas de valoración, se procedió a la evaluación de los impactos, riesgos y oportunidades por parte de los distintos grupos de interés¹⁰. Los grandes bloques de grupos de interés que participaron fueron la fuerza laboral, accionistas e inversores, proveedores, clientes y sociedad. El alcance de las entrevistas mantenidas y cuestionarios distribuidos puede consultarse en el apartado SBM-3.

En última instancia, cabe destacar que el proceso de doble materialidad no ha cambiado en comparación con el ejercicio anterior.

d) Fase de determinación

La fase de determinación buscó identificar los asuntos materiales del Grupo. En primer lugar, se analizaron las evaluaciones tanto de los grupos de interés internos como externos. Tras dicho análisis, se estableció una ponderación sobre los IROs valorados, otorgando un 60% a la evaluación de los grupos internos y un 40% a la evaluación de los grupos externos.

Asimismo, Atresmedia ha establecido el umbral que determina qué impactos, riesgos, y oportunidades a nivel temática son materiales, siendo el umbral definido para la materialidad de impacto 3,33, y el umbral definido para la materialidad financiera 2,11. A partir de estos umbrales definidos, se procedió a la identificación de asuntos materiales, involucrando a los grupos de interés internos para asegurar su coherencia.

¹⁰ Cabe destacar que la probabilidad de los impactos reales ha sido evaluada como la probabilidad de que la materialización del impacto tenga un efecto significativo.

IRO-2: Requisitos de divulgación establecidos en las NEIS cubiertos por el Informe de Sostenibilidad de la empresa

Los requisitos de divulgación presentados derivan de un exhaustivo proceso de evaluación de todas las temáticas, sub-temáticas y sub-sub-temáticas definidas en el AR 16 de la NEIS 1, fundamentado en el principio de doble materialidad.

Desde el comienzo del análisis, la temática S3 Colectivos afectados fue descartada para la identificación de IROs, dado que la actividad desarrollada por Atresmedia no genera impactos sobre personas o grupos que residan en zonas susceptibles de verse afectadas por las operaciones de la Compañía o de su cadena de valor, ya sean zonas adyacentes o remotas. Asimismo, el Grupo no tiene incidencia alguna sobre pueblos indígenas, ni de manera directa ni a través de sus relaciones comerciales.

Adicionalmente, también se excluyeron desde el inicio del análisis las siguientes sub-sub-temáticas por las razones detalladas a continuación:

- E2 Contaminación del suelo: la actividad de Atresmedia y la de los miembros de su cadena de valor no contribuyen a la contaminación del suelo, ya que no se generan residuos o vertidos con capacidad de impactar en este aspecto.
- E2 Contaminación de organismos vivos y recursos alimentarios: las operaciones de Atresmedia y su cadena de valor no implican procesos que liberen contaminantes químicos en ecosistemas sensibles ni que afecten la producción de alimentos.
- E2 Sustancias extremadamente preocupantes: ni las operaciones de Atresmedia ni las de los miembros de su cadena de valor incluyen el tratamiento y/o generación de sustancias extremadamente preocupantes.
- E2 Microplásticos: ni Atresmedia ni su cadena de valor utiliza o genera microplásticos, ya que el uso de plásticos en sus operaciones es mínimo y no representa un aspecto relevante.
- E3 Agua y recursos marinos - Extracción de agua: Atresmedia se limita al consumo de agua de red pública en sus emplazamientos y a lo largo de su cadena de valor. Por tanto, las extracciones están incluidas en los consumos ya registrados.
- E3 Agua y recursos marinos - Vertidos en océanos: ni las operaciones de Atresmedia ni las de su cadena de valor generan vertidos directos en los océanos; los vertidos se gestionan en redes públicas de saneamiento locales.
- E3 Agua y recursos marinos - Extracción y uso de recursos marinos: ni las operaciones de Atresmedia ni las de su cadena de valor están relacionadas con la extracción y el uso de recursos marinos.
- E4 Factores de incidencia directa sobre la pérdida de biodiversidad (cambio climático; cambio del uso de la tierra, cambio del uso de las aguas dulces y cambio del uso del mar; explotación directa; especies exóticas invasoras; contaminación): ni Atresmedia ni los miembros de su cadena de valor desarrollan actividades en zonas de alta biodiversidad que puedan verse afectadas por factores como el cambio climático, uso de tierras o aguas, contaminación o explotación directa.
- E4 Incidencias sobre el estado de las especies (tamaño de la población de las especies; riesgo de extinción de las especies a escala mundial; degradación de tierras; desertificación; sellado del suelo): ni la actividad de Atresmedia ni la de los miembros de su cadena de valor afectan al tamaño de poblaciones de especies, ni contribuyen al riesgo de extinción, degradación de tierras, desertificación o sellado del suelo dado que su actividad no se lleva a cabo en ubicaciones donde se puedan causar estas incidencias.
- E4 Incidencias sobre los servicios ecosistémicos y dependencias de estos servicios: ni la actividad de Atresmedia ni la de los miembros de su cadena de valor influyen en los beneficios que las personas obtienen de los ecosistemas.
- S4 Seguridad personal de los consumidores o usuarios finales - Seguridad de una persona: ni las operaciones de Atresmedia ni las de los miembros de su cadena de valor afectan ni tienen control sobre la seguridad física o mental de los usuarios finales. La seguridad de una persona se define como la ausencia de daños al cuerpo y la mente, o a la integridad corporal y mental. En este sentido, Atresmedia ha identificado IROs materiales vinculados a la sub-sub-temática “salud y seguridad de los consumidores y usuarios finales” que está relacionada con consumidores y/o usuarios finales que

dependen de información precisa y accesible relacionada con productos o servicios para evitar el uso potencialmente dañino de un producto o servicio.

- G1 Bienestar animal: ni las operaciones de Atresmedia ni las de los miembros de su cadena de valor afectan o influyen en el bienestar animal, dado que dichas actividades no están vinculadas a sectores donde el bienestar animal se pueda ver comprometido.
- G1 Corrupción y soborno - Casos: dicha sub-sub-temática fue descartada ya que no se presentaron casos al respecto y por lo tanto los IROs identificados estaban vinculados con la sub-sub-temática “prevención y detección”. No obstante, en caso de que existan casos de corrupción durante el año en curso, el Grupo lo analizará para su reporte en el Informe de Sostenibilidad.

De todos los impactos, riesgos y oportunidades que fueron analizados, se determinaron como no materiales para Atresmedia las siguientes temáticas definidas por las NEIS y sus correspondientes sub-(sub-)temáticas:

- Temáticas:
 - E2 Contaminación.
 - E3 Agua y recursos marinos.
 - E4 Biodiversidad y ecosistemas.
 - E5 Uso de los recursos y economía circular.

Todas estas temáticas son relativas al bloque medioambiental de las NEIS y han resultado no materiales debido a que la actividad de Atresmedia genera un impacto poco significativo en el medio ambiente, más allá de su contribución al cambio climático.

En cuanto al método empleado por Atresmedia para determinar los impactos, riesgos y oportunidades materiales se estableció un umbral de materialidad. Tanto el umbral como la metodología aplicada pueden ser consultados en el requisito de divulgación IRO-1.

Como resultado del proceso previamente mencionado, se presenta a continuación la tabla de los requisitos de divulgación que se abordan en el presente Informe de Sostenibilidad:

Información General - NEIS 2	Requerimiento	Apartado	Página
1. Bases para la información general	BP-1: Base general para la elaboración del Informe de Sostenibilidad	NEIS 2	4 – 5
	BP-2: Información relativa a circunstancias específicas	NEIS 2	5 – 6
2. Gobernanza	GOV-1: El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión	NEIS 2	7 – 11
	GOV-2: Información facilitada a los órganos de administración, dirección y supervisión de la empresa y cuestiones de sostenibilidad abordadas por ellos	NEIS 2	11 – 13
	GOV-3: Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos	NEIS 2	13 – 14
	GOV-4: Declaración sobre la diligencia debida	NEIS 2	14 – 15
	GOV-5: Gestión de riesgos y controles internos de la divulgación de información sobre sostenibilidad	NEIS 2	15 – 16
3. Estrategia	SBM-1: Estrategia, modelo de negocio y cadena de valor	NEIS 2	16 – 21
	SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas	NEIS 2	21 – 26
	SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	NEIS 2	27 – 30
4. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	IRO-1: Descripción de los procesos para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa	NEIS 2	31 – 35
	IRO-2: Requisitos de divulgación establecidos en las NEIS cubiertos por el Informe de Sostenibilidad de la empresa	NEIS 2	36 – 47
	MDR-P: Políticas adoptadas para gestionar las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa	NEIS 2	45 - 46
	MDR-A: Actuaciones y recursos en relación con las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa	NEIS 2	45 - 46
5. Parámetros y metas	MDR-M: Parámetros en relación con las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa	NEIS 2	47

	MDR-T: Seguimiento de la eficacia de las políticas y actuaciones a través de metas	NEIS 2	47
Información ambiental – E1, Taxonomía	Requerimiento	Apartado	Página
E1 - Cambio Climático			
1. Gobernanza	GOV-3: Integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos	NEIS E1	48
2. Estrategia	E1-1: Plan de transición para la mitigación del cambio climático	NEIS E1	48 – 51
	NEIS 2 SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	NEIS E1	51 – 55
3. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	NEIS 2 IRO-1: Descripción de los procesos para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa relacionados con el clima	NEIS E1	55 – 59
	E1-2: Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo	NEIS E1	59 – 60
	E1-3: Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático	NEIS E1	60 – 67
4. Parámetros y metas	E1-4: Metas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo	NEIS E1	67 – 71
	E1-5: Consumo y combinación energéticos	NEIS E1	71
	E1-6: Emisiones de GEI brutas de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales	NEIS E1	71 – 73
	E1-7: Absorciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono	NEIS E1	73 – 74
	E1-8: Sistema de fijación del precio interno del carbono	NEIS E1	74
	E1-9: Efectos financieros previstos de los riesgos físicos y de transición de importancia relativa y oportunidades potenciales relacionadas con el cambio climático	NEIS E1	74
Taxonomía de la Unión Europea			
Antecedentes	-	Taxonomía	75
Contexto normativo	-	Taxonomía	75 – 76
Alcance de la Taxonomía	-	Taxonomía	76 – 79
Metodología y resultados	-	Taxonomía	80 – 88
Información social - S1, S2, S4		Apartado en el que se informa	Página
S1 - Personal propio			
1. Estrategia	NEIS 2 SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas	NEIS S1	89 – 90
	NEIS 2 SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	NEIS S1	90 – 93
2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	S1-1: Políticas relacionadas con el personal propio	NEIS S1	93 – 96
	S1-2: Procesos para colaborar con los trabajadores propios y los representantes de los trabajadores en materia de incidencias	NEIS S1	96 – 98
	S1-3: Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los trabajadores propios expresen sus inquietudes	NEIS S1	98 – 99
	S1-4: Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio, enfoques para mitigar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con el personal propio y eficacia de dichas actuaciones	NEIS S1	99 – 107
3. Parámetros y metas	S1-5: Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa	NEIS S1	108– 109
	S1-6: Características de los asalariados de la empresa	NEIS S1	109 – 110
	S1-7: Características de los trabajadores no asalariados en el personal propio de la empresa	NEIS S1	110
	S1-8: Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social	NEIS S1	110
	S1-9: Parámetros de diversidad	NEIS S1	111
	S1-10: Salarios adecuados	NEIS S1	111

	S1-11: Protección social	NEIS S1	111
	S1-12: Personas con discapacidad	NEIS S1	111
	S1-13: Parámetros de formación y desarrollo de capacidades	NEIS S1	112
	S1-14: Parámetros de salud y seguridad	NEIS S1	112 – 113
	S1-15: Parámetros de conciliación laboral	NEIS S1	113
	S1-16: Parámetros de retribución (brecha salarial y retribución total)	NEIS S1	113
	S1-17: Incidentes, reclamaciones e incidencias graves relacionados con los derechos humanos	NEIS S1	114
S2 - Trabajadores de la cadena de valor			
1. Estrategia	NEIS 2 SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas	NEIS S2	115
	NEIS 2 SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	NEIS S2	115 – 118
2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	S2-1: Políticas relacionadas con los trabajadores de la cadena de valor	NEIS S2	118 – 119
	S2-2: Procesos para colaborar con los trabajadores de la cadena de valor en materia de incidencias	NEIS S2	120
	S2-3: Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los trabajadores de la cadena de valor expresen sus inquietudes	NEIS S2	120 – 121
	S2-4: Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre los trabajadores de la cadena de valor, enfoques para gestionar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con los trabajadores de la cadena de valor y la eficacia de dichas actuaciones	NEIS S2	121 – 123
3. Parámetros y metas	S2-5: Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa	NEIS S2	123
S4 - Consumidores y usuarios finales			
1. Estrategia	NEIS 2 SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas	NEIS S4	124 – 125
	NEIS 2 SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio	NEIS S4	125 – 129
2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	S4-1: Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales	NEIS S4	129 – 132
	S4-2: Procesos para colaborar con los consumidores y usuarios finales en materia de incidencias	NEIS S4	132 – 135
	S4-3: Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los consumidores y usuarios finales expresen sus inquietudes	NEIS S4	135 – 137
	S4-4: Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre los consumidores y usuarios finales, enfoques para mitigar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con los consumidores y usuarios finales y la eficacia de dichas actuaciones	NEIS S4	137 – 153
3. Parámetros y metas	S4-5: Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa	NEIS S4	154 – 156
Información sobre gobernanza - G1		Apartado en el que se informa	Página
G1 - Conducta empresarial			
1. Gobernanza	NEIS 2 GOV-1: El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión	NEIS G1	157 – 158
	NEIS 2 IRO-1: Descripción de los procesos para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa	NEIS G1	158 – 160
2. Gestión de impactos, riesgos y oportunidades	G1-1: Cultura corporativa y políticas de cultura corporativa y conducta empresarial	NEIS G1	160 – 167
	G1-2: Gestión de las relaciones con los proveedores	NEIS G1	168 – 170
	G1-3: Prevención y detección de la corrupción y el soborno	NEIS G1	170 – 171
	G1-5: Influencia política y actividades de los grupos de presión	NEIS G1	171 – 172
	G1-6: Prácticas de pago	NEIS G1	173

Lista de puntos de datos incluidos en normas transversales y en normas temáticas derivados de otra legislación de la UE

Requisito de divulgación y punto de datos conexo	Referencia del Reglamento sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros (1)	Referencia del pilar 3 (2)	Referencia del Reglamento sobre los índices de referencia (3)	Referencia de la Legislación Europea sobre Clima (4)	Página
NEIS 2 GOV-1 Diversidad de género del Consejo de Administración apartado 21, letra d)	Indicador n.º 13 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816 de la Comisión (5), anexo II		7 – 11
NEIS 2 GOV-1 Porcentaje de miembros del consejo que son independientes, párrafo 21 e)			Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		7 – 11
NEIS 2 GOV-4 Declaración de diligencia debida apartado 30	Indicador n.º 10 del cuadro 3 del anexo 1				14 - 15
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relativas a combustibles fósiles apartado 40, letra d), inciso i)	Indicador n.º 4 del cuadro 1 del anexo 1	Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión (6), cuadro 1: Información cualitativa sobre el riesgo ambiental y cuadro 2: Información cualitativa sobre el riesgo social	Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		16 – 21
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con la producción de sustancias químicas apartado 40, letra d), inciso ii)	Indicador n.º 9 del cuadro 2 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		16 – 21
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con armas controvertidas apartado 40, letra d), inciso iii)	Indicador n.º 14 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1818 (7), artículo 12, apartado 1 Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		16 – 21
NEIS 2 SBM-1 Participación en actividades relacionadas con el cultivo y la producción de tabaco apartado 40, letra d), inciso iv)			Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1 Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		16 – 21
NEIS EI-1 Plan de transición para alcanzar la neutralidad climática para 2050 apartado 14				Reglamento (UE)-2021/1119, artículo 2, apartado 1	48 – 51
NEIS EI-1 Empresas excluidas de los índices de referencia armonizados con el Acuerdo de París apartado 16, letra g)		Artículo 449, letra a), del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, plantilla 1: Cartera bancaria -	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1, letras d) a g), y artículo 12, apartado 2		48 – 51

		Riesgo de transición ligado al cambio climático: calidad crediticia de las exposiciones por sector, emisiones y vencimiento residual			
NEIS EI-4 Metas de reducción de las emisiones de GEI apartado 34	Indicador n.º 4 del cuadro 2 del anexo 1	Artículo 449, letra a), del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, plantilla 3: Cartera bancaria - Riesgo de transición ligado al cambio climático: parámetros de armonización	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 6		67 – 71
NEIS EI-5 Consumo de energía a partir de fósiles no renovables, desagregado por fuentes (solo sectores con alto impacto climático) apartado 38	Indicador n.º 5 del cuadro 1 e indicador n.º 5 del cuadro 2 del anexo 1				71
NEIS EI-5 Consumo y combinación energéticos apartado 37	Indicador n.º 5 del cuadro 1 del anexo 1				71
NEIS EI-5 Intensidad energética relacionada con actividades en sectores con alto impacto climático apartados 40 a 43	Indicador n.º 6 del cuadro 1 del anexo 1				71
NEIS EI-6 Emisiones de GEI brutas de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales apartado 44	Indicadores n.º 1 y 2 del cuadro 1 del anexo 1	Artículo 449 bis; Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, plantilla 1: Cartera bancaria - Riesgo de transición ligado al cambio climático: calidad crediticia de las exposiciones por sector, emisiones y vencimiento residual	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 5, apartado 1, y artículos 6 y 8, apartado 1		71 – 73
NEIS EI-6 Intensidad de emisiones brutas de GEI apartados 53 a 55	Indicador n.º 3 del cuadro 1 del anexo 1	Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, plantilla 3: Cartera bancaria - Riesgo de transición ligado al cambio climático: parámetros de armonización	Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 8, apartado 1		71 – 73
NEIS EI-7 Absorciones de GEI y créditos de carbono apartado 56				Reglamento (UE)-2021/1119, artículo 2, apartado 1	73 – 74
NEIS EI-9 Exposición de la cartera de índices de referencia a riesgos físicos relacionados con el clima apartado 66			Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		<i>Phased-in</i>

NEIS E1-9 Desagregación de los importes monetarios por riesgos físicos agudos y crónicos apartado 66, letra a) NEIS E1-9 Ubicación de los activos importantes expuestos a riesgos físicos significativos apartado 66, letra c).		Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, apartados 46 y 47; Plantilla 5. Cartera bancaria. Riesgo físico ligado al cambio climático: exposiciones sujetas al riesgo físico.			<i>Phased-in</i>
NEIS E1-9 Desglose del valor contable de sus activos inmobiliarios por eficiencia energética apartado 67, letra c).		Artículo 449 bis del Reglamento (UE) n.º 575/2013; Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, apartado 34; plantilla 2: Cartera bancaria - Riesgo de transición ligado al cambio climático: préstamos garantizados por garantías reales consistentes en bienes inmuebles - Eficiencia energética de las garantías reales			<i>Phased-in</i>
NEIS E1-9 Grado de exposición de la cartera a oportunidades relacionadas con el clima apartado 69			Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, anexo II		<i>Phased-in</i>
NEIS E2-4 Cantidad de cada contaminante enumerado en el anexo II del Reglamento PRTR europeo (Registro europeo de emisiones y transferencias de contaminantes) emitido al aire, al agua y al suelo, apartado 28	Indicador n.º 8 del cuadro 1 del anexo 1, indicador n.º 2 del cuadro 2 del anexo 1, indicador n.º 1 del cuadro 2 del anexo 1, indicador n.º 3 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E3-1 Recursos hídricos y marinos apartado 9	Indicador n.º 7 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E3-1 Políticas específicas apartado 13	Indicador n.º 8 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E3-1 Gestión sostenible de los océanos y mares apartado 14	Indicador n.º 12 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E3-4 Total de agua reciclada y reutilizada, apartado 28, letra c)	Indicador n.º 6.2 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E3-4 Consumo total de agua en m3 por ingresos netos de las operaciones propias apartado 29	Indicador n.º 6.1 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS 2 - SBM-3 - E4 apartado 16, letra a), inciso i)	Indicador n.º 7 del cuadro 1 del anexo 1				No es material
NEIS 2 - SBM-3 - E4 apartado 16, letra b)	Indicador n.º 10 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS 2 - SBM-3 - E4 apartado 16, letra c)	Indicador n.º 14 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E4-2 Prácticas o políticas agrarias o de uso	Indicador n.º 11 del cuadro 2 del anexo 1				No es material

de la tierra sostenibles apartado 24, letra b)					
NEIS E4-2 Prácticas o políticas marinas u oceánicas sostenibles apartado 24, letra c)	Indicador n.º 12 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E4-2 Políticas para hacer frente a la deforestación apartado 24, letra d)	Indicador n.º 15 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E5-5 Residuos no reciclados apartado 37, letra d)	Indicador n.º 13 del cuadro 2 del anexo 1				No es material
NEIS E5-5 Residuos peligrosos y residuos radioactivos apartado 39	Indicador n.º 9 del cuadro 1 del anexo 1				No es material
NEIS 2 – SBM-3 - SI Riesgo de casos de trabajo forzoso apartado 14, letra f)	Indicador n.º 13 del cuadro 3 del anexo I				90 – 93
NEIS 2 – SBM-3 - SI Riesgo de casos de trabajo infantil apartado 14, letra g)	Indicador n.º 12 del cuadro 3 del anexo I				90 – 93
NEIS SI-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 20	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo I				93 – 96
NEIS SI-1 Políticas de diligencia debida respecto de las cuestiones a que se refieren los convenios fundamentales 1 a 8 de la Organización Internacional del Trabajo apartado 21			Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		93 – 96
NEIS SI-1 Procesos y medidas de prevención de trata de seres humanos apartado 22	Indicador n.º 11 del cuadro 3 del anexo I				93 – 96
NEIS SI-1 Políticas de prevención o sistema de gestión de accidentes en el lugar de trabajo apartado 23	Indicador n.º 1 del cuadro 3 del anexo I				93 – 96
NEIS SI-3 Mecanismos de gestión de reclamaciones o quejas apartado 32, letra c)	Indicador n.º 5 del cuadro 3 del anexo I				98 – 99
NEIS SI-14 Número de víctimas mortales y número y tasa de accidentes laborales apartado 88, letras b) y c)	Indicador n.º 2 del cuadro 3 del anexo I		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		112 – 113
NEIS SI-14 Número de días perdidos por lesiones, accidentes, muertes o enfermedad apartado 88, letra e)	Indicador n.º 3 del cuadro 3 del anexo I				112 – 113
NEIS SI-16 Brecha salarial entre hombres y mujeres, sin ajustar apartado 97, letra a)	Indicador n.º 12 del cuadro 1 del anexo I		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		113
NEIS SI-16 Brecha salarial excesiva entre el director ejecutivo y los trabajadores apartado 97, letra b)	Indicador n.º 8 del cuadro 3 del anexo I				113
NEIS SI-17 Casos de discriminación apartado 103, letra a)	Indicador n.º 7 del cuadro 3 del anexo I				114

NEIS SI-17. Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 104, letra a)	Indicador n.º 10 del cuadro 1 e indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo I		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		114
NEIS 2 - SBM-3 - S2 Riesgo importante de trabajo infantil o trabajo forzoso en la cadena de valor apartado 11, letra b)	Indicadores n.º 12 y 13 del cuadro 3 del anexo I				115
NEIS S2-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 17	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo 1				118 – 119
NEIS S2-1 Políticas relacionadas con los trabajadores de la cadena de valor apartado 18	Indicadores n.º 11 y 4 del cuadro 3 del anexo 1				118 – 119
NEIS SI-1. Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 19	Indicador n.º 10 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		93 – 96
NEIS S2-1 Políticas de diligencia debida respecto de las cuestiones a que se refieren los convenios fundamentales 1 a 8 de la Organización Internacional del Trabajo apartado 19			Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		118 – 119
NEIS S2-4 Problemas e incidentes de derechos humanos relacionados con las fases anteriores y posteriores de su cadena de valor apartado 36	Indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo 1				121 – 123
NEIS S3-1 Compromisos políticos en materia de derechos humanos apartado 16	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo 1				No es material
NEIS S3-1 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos, los principios de la OIT o las Líneas Directrices de la OCDE apartado 17	Indicador n.º 10 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		No es material
NEIS S3-4 Problemas e incidentes de derechos humanos apartado 36	Indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo 1				No es material
NEIS S4-1 Políticas relacionadas con los consumidores y los usuarios finales apartado 16	Indicador n.º 9 del cuadro 3 e indicador n.º 11 del cuadro 1 del anexo 1				129 – 132
NEIS S4-1 Incumplimiento de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos y las Líneas Directrices de la OCDE apartado 17	Indicador n.º 10 del cuadro 1 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II Reglamento Delegado (UE) 2020/1818, artículo 12, apartado 1		129 – 132

NEIS S4-4 Problemas e incidentes de derechos humanos apartado 35	Indicador n.º 14 del cuadro 3 del anexo 1				137 – 153
NEIS G1-1 Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción apartado 10, letra b)	Indicador n.º 15 del cuadro 3 del anexo 1				160 – 167
NEIS G1-1 Protección de los denunciantes apartado 10, letra d)	Indicador n.º 6 del cuadro 3 del anexo 1				160 – 167
NEIS G1-4 Multas por infringir las leyes de lucha contra la corrupción y el soborno, apartado 24, letra a)	Indicador n.º 17 del cuadro 3 del anexo 1		Reglamento Delegado (UE) 2020/1816, anexo II		No es material
NEIS G1-4 Normas de lucha contra la corrupción y el soborno apartado 24, letra b)	Indicador n.º 16 del cuadro 3 del anexo 1				No es material

(1) Reglamento (UE) 2019/2088 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de noviembre de 2019, sobre la divulgación de información relativa a la sostenibilidad en el sector de los servicios financieros (DO L 317 de 9.12.2019, p. 1).

(2) Reglamento (UE) n.º 575/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de junio de 2013, sobre los requisitos prudenciales de las entidades de crédito y las empresas de inversión, y por el que se modifica el Reglamento (UE) n.º 648/2012 (Reglamento sobre requisitos de capital, «RRC») (DO L 176 de 27.6.2013, p. 1).

(3) Reglamento (UE) 2016/1011 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2016, sobre los índices utilizados como referencia en los instrumentos financieros y en los contratos financieros o para medir la rentabilidad de los fondos de inversión, y por el que se modifican las Directivas 2008/48/CE y 2014/17/UE y el Reglamento (UE) n.º 596/2014 (DO L 171 de 29.6.2016, p. 1).

(4) Reglamento (UE) 2021/1119 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de junio de 2021, por el que se establece el marco para lograr la neutralidad climática y se modifican los Reglamentos (CE) n.º 401/2009 y (UE) 2018/1999 («Legislación europea sobre el clima») (DO L 243 de 9.7.2021, p. 1).

(5) Reglamento Delegado (UE) 2020/1816 de la Comisión, de 17 de julio de 2020, por el que se complementa el Reglamento (UE) 2016/1011 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo que se refiere a la explicación incluida en la declaración sobre el índice de referencia del modo en que cada índice de referencia elaborado y publicado refleja los factores ambientales, sociales y de gobernanza (DO L 406 de 3.12.2020, p. 1).

(6) Reglamento de Ejecución (UE) 2022/2453 de la Comisión, de 30 de noviembre de 2022, por el que se modifican las normas técnicas de ejecución establecidas en el Reglamento de Ejecución (UE) 2021/637 en lo que respecta a la divulgación de información sobre los riesgos ambientales, sociales y de gobernanza (DO L 324 de 19.12.2022, p. 1).

(7) Reglamento Delegado (UE) 2020/1818 de la Comisión, de 17 de julio de 2020, por el que se complementa el Reglamento (UE) 2016/1011 del Parlamento Europeo y del Consejo en lo relativo a los estándares mínimos aplicables a los índices de referencia de transición climática de la UE y los índices de referencia de la UE armonizados con el Acuerdo de París (DO L 406 de 3.12.2020, p. 17).

Políticas y actuaciones

El presente requisito de divulgación exige información relativa a las políticas y acciones específicas de cada NEIS temática, abarcando los ámbitos ambientales, sociales y de gobernanza, por lo que será detallado en cada estándar temático. Los requisitos de divulgación son los siguientes:

- Requisito de la divulgación - Políticas MDR-P: Políticas adoptadas para gestionar las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa.
- Requisito de divulgación- Actuaciones MDR-A: Actuaciones y recursos en relación con las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa.

A continuación, se presenta un resumen de las principales políticas abordadas en el Informe, incluyendo datos relativos a su creación, actualización y supervisión, así como su relación con las normas temáticas y asuntos materiales del presente Informe:

[illegible]

Parámetros y metas

El presente requisito de divulgación exige información relativa a parámetros y metas específicos de cada NEIS temática, abarcando los ámbitos ambientales, sociales y de gobernanza, por lo que será detallado en cada estándar temático. Los requisitos de divulgación son los siguientes:

- Requisito de divulgación - Parámetros MDR-M: Parámetros en relación con las cuestiones de sostenibilidad de importancia relativa.
- Requisito de divulgación - Metas MDR-T: Seguimiento de la eficacia de las políticas y actuaciones a través de metas.

2. Información Medioambiental

2.1. NEIS El Cambio Climático

Desde la elaboración de su primera Política de Medioambiente en 2010, Atresmedia ha reforzado progresivamente su estrategia climática, reduciendo su impacto en el entorno e identificado y gestionado los principales riesgos y oportunidades que pueden afectar a su negocio. Estos esfuerzos le han permitido contribuir con rigor y compromiso a la lucha contra el cambio climático.

Consciente de que como medio de comunicación su mayor aportación pasa por la sensibilización de la sociedad, pone el poder de difusión de sus canales de comunicación al servicio del medioambiente, emitiendo programas informativos, reportajes y campañas sobre la importancia de frenar el cambio climático y de adaptarnos a sus consecuencias.

Además, entiende que, como miembro activo de la sociedad tiene la responsabilidad de reducir el impacto de su actividad. Por ello, cuenta desde 2023 con una estrategia de descarbonización profunda de sus operaciones y de su cadena de valor validada por SBTi (Science Based Targets initiative) y alineada con los objetivos del Acuerdo de París.

Para avanzar en el cumplimiento de los objetivos de su estrategia, en 2025 el Grupo ha actualizado su análisis de riesgos climáticos físicos, ha realizado un análisis de riesgos y oportunidades de transición; ha continuado invirtiendo en medidas de eficiencia energética en sus instalaciones, aumentando el consumo de electricidad de origen renovable e informando a la sociedad con rigor y respaldo científico sobre la importancia frenar el cambio climático y sus efectos.

Todos estos esfuerzos, detallados a lo largo del presente capítulo, han llevado al Grupo a obtener en 2025 una calificación de A- en el índice de referencia Carbon Disclosure Project (CDP) y a aparecer por tercer año consecutivo en el ranking Europe's climate leaders, publicado por la revista Financial Times.

Gobernanza

NEIS 2 GOV-3: Interacción del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos

Atresmedia vincula, desde 2021, el 5% de la retribución variable de sus consejeros ejecutivos a cuatro indicadores ASG, uno de ellos de carácter climático, siendo necesario cumplir al menos el 50% de ellos para obtener dicha remuneración. El indicador climático está relacionado con el cumplimiento de la estrategia Cero Neto del Grupo, concretamente con alcanzar un 95 % de consumo de energía eléctrica de origen renovable en 2026 y superar el 93 % en los ejercicios 2024 y 2025. El Grupo estima que el incremento progresivo del consumo de energía renovable permitirá reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 2 basadas en el mercado, contribuyendo de este modo al cumplimiento de los objetivos de descarbonización recogidos en el apartado E1-4 (para más información sobre la integración del rendimiento relacionado con la sostenibilidad en sistemas de incentivos véase el requisito de divulgación [GOV-3 de la NEIS 2](#)).

Estrategia

E1-1: Plan de transición para la mitigación del cambio climático

Como se ha mencionado anteriormente, el Grupo Atresmedia cuenta con una estrategia de descarbonización profunda de sus operaciones que incluye objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero en el corto plazo¹¹ (2030) y en el largo plazo (2050) para sus tres alcances, los cuales han sido diseñados en base a la ciencia y fueron validados por la iniciativa SBTi en 2023, de modo que son compatibles con la limitación del calentamiento global a 1,5°C en consonancia con el Acuerdo de París¹².

¹¹ Horizontes temporales establecidos por SBTi.

¹² Atresmedia no está excluida de los índices de referencia de la UE armonizados con el acuerdo de París.

Estos objetivos de descarbonización, públicos en la web de la iniciativa SBTi, representan reducciones absolutas de gases de efecto invernadero de su alcance 1 y 2 de forma combinada y de su alcance 3, respecto a su año base (2019). La siguiente tabla muestra las metas de reducción de emisiones de Atresmedia en valor porcentual sobre el año base de su estrategia:

Alcance	Año base (2019)	Corto plazo (2030)	Largo plazo (2050)
1+2	10.843,0 t. de CO ₂	-86,1%	-90%
3¹³	130.548,5 t. CO ₂	-28%	-90%

Adicionalmente, y como parte de la estrategia Cero Neto, Atresmedia se ha comprometido a invertir en proyectos de absorción y eliminación de emisiones de gases de efecto invernadero para el 10% restante, correspondiente a las emisiones residuales.

En este contexto, las palancas de descarbonización identificadas por el Grupo e incluidas en su plan de transición son:

1. La reducción del uso de combustibles fósiles
2. La mejora de la eficiencia energética
3. El uso de energías renovables
4. La descarbonización de la cadena de suministro
5. La implementación de soluciones basadas en la naturaleza

El **plan de transición de Atresmedia** se centra, principalmente, en la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero. Por un lado, aquellas generadas en sus operaciones diarias como consecuencia del consumo de energía y combustibles fósiles y, por otro lado, las emisiones procedentes de su cadena de valor. Debido a que la actividad principal del Grupo consiste en la explotación de sus espacios publicitarios y en la producción y distribución de contenidos, el plan no incluye modificaciones ni sustituciones en su cartera de productos, ya que no existen productos tangibles asociados a su actividad que constituyan una fuente importante de emisiones. Sin embargo, Atresmedia está trabajando en la reducción de emisiones asociadas a la producción de sus contenidos para hacerlos más sostenibles y contribuir así a impulsar una industria audiovisual baja en carbono.

Este plan se integra dentro de la estrategia de sostenibilidad del Grupo. La Dirección de Sostenibilidad, bajo la supervisión de la Dirección General Corporativa, define la estrategia y destina una partida presupuestaria a la puesta en marcha del plan de sostenibilidad. Las inversiones para ejecutar el plan de transición y las actuaciones desarrolladas con impacto sobre este dependen de diferentes departamentos del Grupo Atresmedia y, cuando es necesario, son evaluadas por el Comité de Inversiones. La mayor parte de ellas se ejecutan bajo la Dirección General Corporativa, aunque las actuaciones y los presupuestos dependen de las diferentes sociedades y direcciones que componen el Grupo Atresmedia, como la Dirección de Sostenibilidad, de Servicios Generales o de Infraestructuras, o la Dirección Técnica de Uniprex, entre otras.

La estrategia Cero Neto y los objetivos de descarbonización del Grupo han sido aprobados por la Dirección General Corporativa de Atresmedia. La Dirección de Sostenibilidad, dependiente de la primera, es la responsable de su monitoreo y cumplimiento, mientras que la ejecución de las actuaciones es responsabilidad de diferentes departamentos. Además, con el objetivo de que los miembros del consejo estén al tanto de los avances, la Directora General Corporativa comunica anualmente en la Comisión de Auditoría los avances en la estrategia Cero Neto, así como las principales acciones puestas en marcha y previstas para el futuro.

Atresmedia tiene, además, el objetivo de sensibilizar a la sociedad sobre la importancia de luchar contra el cambio climático y de adaptarse a sus consecuencias. Por ello, como entidad facilitadora, difunde en sus canales de televisión y radio, así como en su plataforma atresplayer y en su canal Internacional contenido especializado centrado en esta temática. Al responder al reglamento de Taxonomía, Atresmedia tiene en

¹³ Los objetivos del alcance 3, incluyen todas las categorías incluidas en el alcance 3 (calculado) de Atresmedia, a excepción de la categoría 11, pues está directamente relacionada con el negocio de Atresmedia y los esfuerzos por reducirla serían contraproducentes con el modelo de negocio.

cuenta dichos contenidos para cuantificar el porcentaje de sus ingresos, CapEx y OpEx que contribuyen a este objetivo¹⁴.

En 2025, Atresmedia ha continuado avanzando en el desarrollo de su plan de transición realizando inversiones orientadas a los siguientes objetivos:

- Aumentar el uso de energías renovables.
- Impulsar la movilidad sostenible.
- Mejorar la gestión de residuos.
- Mejorar la eficiencia energética de las instalaciones.
- Mejorar el cálculo de las emisiones de alcance 3.
- Adaptar su infraestructura y hacerse más resiliente ante los efectos del cambio climático.
- Evaluar y mejorar la sostenibilidad de sus producciones audiovisuales.

A continuación, se detallan las actuaciones desarrolladas en las diferentes ubicaciones y centros de trabajo, la inversión realizada y su contribución al plan de transición:

Ubicación/Alcance	Objetivo del plan de transición	Actividad	Inversión y gasto €
Actuaciones en las instalaciones de Uniprex: estudios y centros emisores de Onda Cero	Mejorar la eficiencia energética de sus instalaciones	Nuevos transmisores	136.906€
		Nuevas luminarias LED	2.987,9€
		Nuevos equipos de climatización	33.697,4€
		Mantenimiento equipos de climatización y grupos electrógenos	16.561,3€
Actuaciones en la Sede Central de San Sebastián de los Reyes	Mejorar la eficiencia energética de sus instalaciones	Aislamiento tuberías frigoríficas	24.946,9€
		Sustitución de equipos de climatización	116.917,30€
		Sustitución de ventanas	97.170€
		Filtros solares	9.698€
		Regulación equipos de calor	39.958,19€
		Renovación de infraestructura de iluminación en platós	1.612.806€
	Aumentar el uso de las energías renovables	Instalación de paneles fotovoltaicos	58.371,67€
	Adaptar su infraestructura y hacerse más resiliente al cambio climático	Impermeabilización de cubiertas	17.840€
Actuaciones en Smartclip	Aumentar el uso de las energías renovables	Contratación de GdO para Smartclip	N/A
Actuaciones transversales liderada por el	Mejorar y evaluar la sostenibilidad de sus producciones audiovisuales	Impulso de producciones audiovisuales más sostenibles, midiendo su huella de carbono e identificando medidas de sostenibilidad para reducir su impacto	Sin inversión adicional en 2025

¹⁴ Atresmedia no lleva a cabo actividades económicas relacionadas con el carbón, el petróleo o el gas.

departamento de sostenibilidad	Impulsar la movilidad sostenible	Proyecto de <i>carpooling</i>	600€
	Adaptar la infraestructura y hacerse más resiliente frente al cambio climático	Análisis de riesgos climáticos físicos y de transición	12.000€
	Mejorar el cálculo de las emisiones de alcance 3	Proyecto de identificación de medidas para mejorar el cálculo de las emisiones de alcance 3	17.500€
Inversión total			2.181.399€

Emisiones bloqueadas

Como parte de su plan de transición, Atresmedia ha llevado a cabo una evaluación interna de posibles emisiones bloqueadas, concluyendo que las emisiones procedentes del consumo de gasóleo de las calderas que suministran calefacción y ACS de la Sede Central de Atresmedia podrían poner en riesgo la consecución de los objetivos de descarbonización de alcance 1+2, especialmente en el largo plazo (2050). El Grupo ha evaluado la posibilidad de sustituir sus calderas por una opción menos contaminante, pero dadas las características técnicas de las propias instalaciones, la falta de espacio y las dimensiones de la obra necesaria para igualar la potencia térmica actual, se ha determinado que el proyecto no es viable. El estudio de viabilidad para la sustitución de las calderas se actualiza periódicamente, junto con la realización de auditorías energéticas.

Ante esta situación, el Grupo focaliza sus esfuerzos en reducir emisiones procedentes de otras fuentes de energía para poder cumplir, así, con los objetivos de su estrategia en el corto plazo y está pendiente de la evolución del mercado en relación con las tecnologías disponibles para reducir las emisiones bloqueadas procedentes de sus calderas. Además, el Grupo continúa mejorando la eficiencia energética de sus edificios, lo que podría traducirse en una reducción del consumo de combustibles fósiles para climatización.

NEIS 2 SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio

Con el objetivo de identificar los riesgos y oportunidades relacionados con el clima que pueden afectar a sus operaciones, modelo de negocio o infraestructura, Atresmedia ha llevado a cabo durante 2025 un análisis de riesgos climáticos que incluye tanto un análisis de los riesgos físicos basado en escenarios SSP (*Shared Socio-economic Pathways del IPCC*), que actualiza al realizado en 2022, como un análisis de riesgos y oportunidades de transición basado en escenarios NGFS (*Network for Greening the Financial System*).

Este análisis se ha centrado en comprender los riesgos físicos y de transición que pueden afectar a la actividad de Atresmedia, a su modelo de negocio y a sus activos en términos de criticidad. Posteriormente se ha determinado si las medidas puestas en marcha por el Grupo son suficientes para la mitigación de dichos riesgos y si se precisan medidas adicionales para fortalecer la resiliencia del Grupo frente a sus efectos. Tanto la identificación de los riesgos como la evaluación del nivel de criticidad de cada uno de ellos se han llevado a cabo en colaboración con las áreas implicadas y en consonancia con el Modelo Global de riesgos del Grupo Atresmedia.

El análisis se ha llevado a cabo conforme a los requisitos y recomendaciones del TCFD (*Task Force on Climate Related Financial Disclosure*) y se complementa con los resultados del análisis de doble materialidad del Grupo Atresmedia.

Análisis de riesgos climáticos físicos- SSPs

Como conclusión principal se observa una **evolución significativa del riesgo físico en escenarios climáticos futuros**, ya que la exposición y la probabilidad de impacto crecen a medida que el tiempo avanza, y lo hacen aún más en escenarios más pesimistas. Además, se concluye que las variables climáticas más relevantes para

Atresmedia son: temperatura, incendios, precipitaciones, deslizamientos, fuertes rachas de viento y, en algunos casos, inundaciones. Y tan solo un activo y ante una variable climática presenta un riesgo alto.

Riesgo de inoperatividad por alta temperatura en los centros emisores. Aunque la actividad de los centros emisores del negocio de radio podría verse afectada por episodios de altas temperaturas, según los resultados del análisis, no se han registrado incidencias asociadas a este factor. Estos centros utilizan sistemas de refrigeración basados en ventiladores y extractores, cuya operatividad podría verse comprometida únicamente en caso de temperaturas extremas que afectaran directamente al rendimiento de estos equipos. No obstante, la versatilidad inherente a la actividad radiofónica, que permite reajustar la programación y redistribuir cargas entre distintos puntos de emisión, aporta resiliencia frente a este riesgo.

Riesgo de inoperatividad o daños estructurales por incendios en centros emisores. En consecuencia, se puede dar la pérdida total o parcial de instalaciones en zonas vulnerables, daños en equipos electrónicos por calor extremo y humo. En este tipo de instalaciones rara vez se darán interrupciones de operaciones por evacuaciones o restricciones de acceso, así como riesgo de seguridad y salud de trabajadores, pues no cuentan con personal. Aunque Atresmedia tendría que hacer frente a los costes operativos de las posibles reparaciones en caso de materializarse el riesgo, el negocio, como en el caso anterior, cuenta con un alto grado de versatilidad. Además, los centros emisores cuentan con sistemas antincendios que refuerzan aún más su resiliencia frente a este tipo de eventos.

Riesgo de inoperatividad en los centros emisores por deslizamientos del terreno. En consecuencia, se pueden dar daños estructurales graves en edificaciones e infraestructura, bloqueo de acceso a instalaciones, aislamiento temporal de centros emisores, así como la necesidad de incurrir en costes de estabilización y reparación del terreno. Como en los casos anteriores, el negocio, presenta una gran resiliencia siendo posible reprogramar y reajustar los contenidos comerciales.

Daños estructurales por fuertes rachas de viento (rachas superiores a 135 km/h). En consecuencia, se pueden producir daños estructurales en cubiertas y fachadas, caída de antenas, torres y otros elementos elevados, daños en ventanas y acristalamientos, que pueden interrumpir la emisión, así como daños de seguridad y salud. Este riesgo se da en menos de un 8% de los centros emisores, siendo tan solo en uno de ellos un riesgo crítico.

Daños estructurales por precipitaciones en estudios de televisión y sede central, incluidos estudios de la cadena de valor. En consecuencia, podrían producirse filtraciones y humedades en edificios e instalaciones, incluyendo encharcamiento en accesos y sótanos, daños en equipos eléctricos y electrónicos por exposición a humedad y mayor deterioro de pavimentos y materiales constructivos, pudiendo afectar a la programación diaria de Atresmedia. La sede central de Atresmedia lleva a cabo medidas que fortalecen la resiliencia de la infraestructura frente a este tipo de riesgos. Entre ellas se encuentra la impermeabilización de cubiertas, el refuerzo del sistema de canalones, el fortalecimiento del aislamiento de zonas críticas, la señalización de zonas inundables.

A pesar de haber identificado los riesgos físicos inherentes a los activos de Atresmedia, el Grupo considera que las medidas puestas en marcha para prevenir y mitigar sus efectos, así como el propio modelo de negocio, hacen que su actividad difícilmente pueda verse interrumpida de forma crítica por este tipo de riesgos y que, por tanto, el nivel de resiliencia sea elevado.

Análisis de riesgos climáticos de transición- NGFS

Siguiendo el marco TCFD, Atresmedia ha realizado, por primera vez en 2025, un análisis de riesgos y oportunidades climáticos de transición basado en escenarios climáticos. Dicho análisis se ha llevado a cabo realizando proyecciones anuales del impacto económico hasta 2050 y utilizando tres escenarios climáticos NGFS.

Como conclusión del análisis, Atresmedia ha identificado los riesgos y oportunidades de transición más relevantes para su negocio atendiendo al tamaño del impacto financiero, el impacto reputacional y la

probabilidad de ocurrencia. Para ello, el Grupo se ha apoyado en las áreas clave de la compañía, así como en datos históricos y proyecciones económicas de los efectos previstos para el largo, corto y medio plazo.

Los riesgos identificados que podrían afectar a la actividad de Atresmedia se clasifican en cuatro grupos (políticos y legales, tecnológicos, de mercado y reputacionales) y son los siguientes:

Políticos y legales

Incremento de los precios GEI. Los escenarios climáticos muestran que existe una tendencia al alza en el precio de compensación de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). En este sentido se espera que el coste unitario de la tonelada de CO₂ en 2050 sea considerablemente mayor que en la actualidad. A pesar de que Atresmedia podría verse afectada por este incremento de los precios, el análisis ha determinado que la exposición a dicho riesgo es baja, aunque podría aumentar con el paso de los años, llegando a representar un riesgo moderado en 2050.

Normas y mandatos para la renovación de la infraestructura diésel. Los mandatos y regulaciones de productos y servicios existentes pueden requerir la renovación de la infraestructura diésel, derivando en un aumento de la inversión y de los costes de gestión. Atresmedia podría afrontar un riesgo climático de transición derivado de la aplicación de la Directiva (UE) 2023/1791, que prevé la eliminación del uso de combustibles fósiles en calefacción antes de 2040. Esto puede requerir inversiones de capital (CapEx) para la renovación de equipos e infraestructuras, así como un posible aumento de los gastos operativos (OpEx) por el encarecimiento del gasóleo y los costes de mantenimiento durante el periodo de transición. Este riesgo podría afectar al rendimiento financiero de la compañía, aunque su gestión anticipada y la adopción de soluciones energéticas renovables permitirán mitigar su impacto y avanzar hacia los objetivos de neutralidad climática para 2050.

Normas y mandatos de sustitución de la flota diésel. Los mandatos y regulaciones de productos y servicios existentes pueden requerir la renovación de la flota diésel, derivando en un aumento de la inversión y de los costes de gestión. Los marcos regulatorios que restringen o prohíben progresivamente la circulación de vehículos diésel, en línea con la Directiva (UE) 2023/1791 y las zonas de bajas emisiones (ZBE) establecidas en distintas ciudades españolas, tendrán un impacto directo sobre la flota de transporte de Atresmedia. La compañía se verá obligada a renovar sus vehículos hacia alternativas eléctricas o de bajas emisiones, en cumplimiento de los objetivos de descarbonización fijados para 2040-2050. Esta transición generará un impacto financiero tanto en CapEx, por la inversión en la adquisición de nuevos vehículos y la infraestructura de recarga asociada, como en OpEx, debido a los costes operativos de mantenimiento y formación vinculados a tecnologías diferentes. A pesar de ello, Atresmedia con su análisis ha determinado que, aunque la probabilidad de que el riesgo se materialice es alta, el impacto que el mismo puede generar en el Grupo es muy bajo y que, por tanto, su criticidad es baja.

Multas y sanciones por normativa de refrigerantes. Atresmedia podría verse expuesta a sanciones derivadas del uso de gases refrigerantes prohibidos en el entorno de la Unión Europea en los próximos años. A pesar de que este riesgo ha sido considerado en el análisis, Atresmedia se encuentra actualmente sustituyendo equipos de climatización y el volumen de gases usado no representaría un impacto económico significativo. Considerando la cantidad y tipología de gases usados y los cambios recientes en los equipos, no se espera que este riesgo suponga un impacto para el Grupo Atresmedia, determinándose que mantiene una criticidad baja a lo largo del tiempo.

Riesgos tecnológicos

Inversión en eficiencia energética. Este riesgo se refiere a las inversiones necesarias para la sustitución de equipos y sistemas existentes, incluyendo calderas, sistemas de climatización y la implementación de soluciones de digitalización energética y luminaria. Dichas inversiones están orientadas a reducir las emisiones de la compañía y garantizar el cumplimiento de estándares ambientales, generando un impacto financiero en CapEx que deberá ser considerado en la planificación presupuestaria y de proyectos de modernización. La evaluación de este análisis ha determinado que la criticidad de Atresmedia frente a este riesgo es baja.

Riesgo de mercado

Aumento del coste de materias primas o insumos. El incremento en los costes de insumos esenciales, como gasoil, gasolina, gas natural, electricidad, agua y los gastos asociados a la gestión de residuos, constituye un riesgo significativo para la rentabilidad de la compañía. Este escenario puede derivar en mayores gastos operativos (OPEX), impactando directamente en los márgenes de producción y en la eficiencia presupuestaria. Adicionalmente, la necesidad de realizar inversiones en eficiencia energética y optimización de procesos para reducir el consumo de electricidad y combustibles podría incrementar el gasto en CapEx, generando presiones adicionales sobre la estructura financiera. Este riesgo, según los resultados del análisis, presenta una criticidad alta para el Grupo Atresmedia.

Pérdida de ingresos por fallos en el suministro eléctrico. Durante fallos o colapsos eléctricos Atresmedia puede mantener su capacidad técnica de emisión a través de grupos electrógenos; sin embargo, la falta de suministro eléctrico generalizado puede provocar que la audiencia no tenga acceso a los contenidos. Como consecuencia, se pueden dar, por un lado, pérdidas de ingresos procedentes de las campañas publicitarias, y por otro, gastos operacionales adicionales principalmente asociados al consumo adicional de gasóleo necesario para mantener los grupos electrógenos en funcionamiento. El análisis ha determinado que este riesgo tiene una criticidad alta para el Grupo Atresmedia.

Riesgo reputacional

Acceso limitado a la financiación verde. Este riesgo se refiere a la posibilidad de que Atresmedia no cumpla los objetivos de sostenibilidad vinculados a la financiación sostenible del Grupo, lo que implicaría una penalización financiera sobre el tipo de interés acordado. El análisis ha determinado que este riesgo tiene una criticidad baja para el Grupo.

La siguiente tabla muestra los riesgos mencionados anteriormente, según su tipología y en qué parte de la cadena de valor se materializan. Los riesgos marcados como una *, presentan una criticidad alta para Atresmedia.¹⁵

Tipo de riesgo	Nombre TCFD	Riesgo específico Atresmedia	Cadena de valor
Político y legal	Incremento de los precios de las emisiones de GEI	R.1 Aumento de los costes por compensación de emisiones	Operaciones propias
	Mandatos y regulación de productos y servicios existentes	R.2 Normas y mandatos para la renovación de la infraestructura diésel	Operaciones propias
		R.3 Normas y mandatos para la sustitución de flota diésel	Operaciones propias
	Exposición a litigios	R.4 Multas y sanciones por normativa de refrigerantes	Operaciones propias
Tecnológicos	Sustitución de productos y servicios externos por opciones de menores emisiones	R.5 Inversión en eficiencia energética	Operaciones propias
Mercado	Aumento del coste de materias primas o insumos	R.6 Aumento del coste de materias primas- o insumos *	Aguas arriba
Mercado	Cambio en la combinación de ingresos y las fuentes, derivando en	R.7 Pérdida de ingresos por fallos en los suministros eléctricos *	Operaciones propias y aguas abajo

¹⁵ Atresmedia ha considerado la totalidad de los riesgos recogidos en el marco de TCFD en una fase previa del análisis, posteriormente y tras un proceso de reflexión parte de esos riesgos se han excluido por no considerarse relevantes para el negocio.

	disminución de ingresos		
Reputacional	Reducción de la disponibilidad de capital	R.8 Acceso limitado a financiación verde	Operaciones propias y aguas arriba

El impacto económico de estos riesgos se evaluó mediante proyecciones a 2030, 2035 y 2050, que incluyen tanto el rendimiento del impacto financiero como el coste de gestión del impacto. Adicionalmente, como se ha mencionado con anterioridad, se evaluó tanto la probabilidad de materialización del riesgo como el impacto reputacional de cada uno de ellos con el objetivo de determinar, según el modelo de riesgo del Grupo, la criticidad de los riesgos climáticos para Atresmedia.

El análisis incluyó la identificación de una serie de medidas que hacen al Grupo más resiliente frente a las consecuencias de estos riesgos. Entre ellas se encuentra:

- El monitoreo constante de la normativa ambiental que puede afectar al Grupo Atresmedia
- El incremento del uso de energías renovables, que repercute en una reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.
- Un sistema de grupos electrógenos potente que permite mantener la señal en casos de emergencia como fallos en la red eléctrica.
- Una estrategia de descarbonización con objetivos concretos de reducción de emisiones sobre la que se desarrollan medidas de reducción del uso de combustibles fósiles.

Los resultados de dicha evaluación muestran que los riesgos de transición más relevantes para el Grupo Atresmedia considerando la probabilidad de ocurrencia y el impacto son:

- **El aumento de los costes de las materias primas e insumos.** El aumento de los costes de productos como el gasoil, la gasolina, el gas natural o la electricidad, combustibles básicos en la operativa de Atresmedia, puede derivar en un incremento de los gastos operativos (OpEX) con impacto en los márgenes de producción. Adicionalmente, la realización de inversiones en eficiencia energética y la optimización de procesos para reducir el consumo de electricidad y combustibles podría generar impacto en el CapEx de la Compañía.
- **La pérdida de ingresos y aumento de costes como consecuencia de fallos en suministros eléctricos.** Ante fallos eléctricos Atresmedia puede mantener su capacidad técnica gracias al robusto sistema de grupos electrógenos de sus instalaciones. Sin embargo, la falta de suministro eléctrico generalizado puede derivar en la incapacidad de acceso al contenido por parte de la audiencia del Grupo y en la retirada o modificación de las campañas publicitarias, así como en costes adicionales de combustible fósil para mantener los grupos electrógenos en funcionamiento

Además, el aumento del coste de compensaciones de emisiones GEI podría presentar un riesgo moderado en 2050, manteniéndose el riesgo bajo hasta dicha fecha.

Los resultados del análisis muestran que el Grupo cuenta con un alto grado de resiliencia frente a los riesgos climáticos de transición, tal y como se detalla en el siguiente apartado. El Grupo revisará los resultados periódicamente para ajustar las conclusiones al contexto y a las tendencias regulatorias y del mercado.

Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades

NEIS 2 IRO-1: Descripción de los procesos para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa relacionados con el clima

Atresmedia utiliza una combinación de métodos para determinar los impactos, riesgos y oportunidades de incidencia relativa. Por un lado, el Grupo utiliza las conclusiones de su análisis de riesgos físicos basado en escenarios SSP y las conclusiones del análisis de riesgo y oportunidades de transición con escenarios NGFS¹⁶.

¹⁶ En las CCAACC no se reflejan costes de reparación y mantenimiento por el deterioro de activos por cuestiones relacionadas con el cambio climático, tal y como se puede comprobar en la Nota 2 Bases de presentación de las cuentas anuales y principios de Consolidación o en la Nota 17 Políticas de Gestión de Riesgos de las Cuentas Anuales Consolidadas correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025, así

Estos resultados se complementan con los del análisis de doble materialidad llevado a cabo por el Grupo en 2025. A continuación, se detalla el proceso llevado a cabo para determinar impactos, riesgos y oportunidades del Grupo Atresmedia.

Incidencias positivas y negativas relacionadas con el cambio climático:

Como resultado del análisis de doble materialidad llevado a cabo en 2023, el Grupo identificó los siguientes impactos relacionados con el cambio climático y que son, fundamentalmente, resultado de su actividad.

	IROs	Descripción	Políticas	Ubicación en la CV
MITIGACION DEL CAMBIO CLIMATICO				
 Impacto positivo	Emisiones de gases de efecto invernadero	Atresmedia emite a lo largo de su cadena de valor y en sus propias operaciones gases de efecto invernadero.	Política General de Sostenibilidad Política de Medioambiente y acción climática	Operaciones propias, aguas arriba y aguas abajo
 Impacto positivo	Emisiones de gases de efecto invernadero	Atresmedia cuenta con una estrategia Cero Neto con objetivos para reducir sus emisiones y su impacto ambiental.	Política General de Sostenibilidad Política de Medioambiente y acción climática	Operaciones propias, aguas arriba y aguas abajo
ENERGÍA				
 Impacto positivo	Consumo de energía renovable	Atresmedia ha adquirido compromisos firmes de uso de energía renovable que se han materializado en una adquisición de más del 93% de electricidad renovable generando un impacto positivo.	Política General de Sostenibilidad Política de Medioambiente y acción climática	Operaciones propias
 Impacto positivo	Inversión en eficiencia energética	Atresmedia continúa renovando equipamientos e invirtiendo en medidas de eficiencia energética que contribuyen a contrarrestar su impacto ambiental.	Política General de Sostenibilidad Política de Medioambiente y acción climática	Operaciones propias

Riesgos físicos del cambio climático

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el Grupo Atresmedia ha elaborado a lo largo de 2025 un nuevo análisis de riesgos climáticos físicos basado en dos escenarios SSP. El proceso llevado a cabo se desarrolló en las siguientes fases:

- Elección de los escenarios climáticos.** Con el objetivo de entender cómo los riesgos climáticos físicos podían afectar a la actividad del Grupo ante diferentes situaciones físicas y políticas, el Grupo ha elaborado su análisis utilizando los siguientes escenarios:
 - ➔ **Escenario SSP 2-4.5:** que representa una tendencia en consonancia con la situación actual en el que se produce un crecimiento económico moderado y una transición energética moderada con políticas climáticas limitadas y un aumento de la temperatura media.
 - ➔ **Escenario SSP 5-8.5:** que representa un elevado crecimiento económico y una fuerte dependencia del carbón, gas y petróleo con unas emisiones elevadas, políticas climáticas mínimas y una transición energética muy limitada.
- Definición de los horizontes temporales.** Con el objetivo de comprender la evolución de los efectos de cada variable climática a lo largo del tiempo, en cada escenario utilizado se han establecido tres horizontes temporales (Hasta 2040, de 2040 a 2070 y de 2070 a 2100)

como en el Informe de Gestión Consolidado 2025 apartado “Principales riesgos asociados a la actividad” (véase la Nota 2, página 7, y la Nota 17, página 63, de las CCAACC.

- 3. Selección de activos y variables climáticas a analizar.** Se ha evaluado el efecto de 11 variables climáticas físicas agudas y crónicas para el total de activos del Grupo Atresmedia (242). Adicionalmente se han incorporado en el análisis 3 activos adicionales de proveedores de contenidos del Grupo con el objetivo de identificar los riesgos físicos que pueden afectar a su operativa diaria. Del mismo modo, se ha incluido como activo adicional e independiente en el análisis la salud humana, para entender cómo cada una de las variables climáticas puede afectar a las personas en cada uno de los horizontes y escenarios contemplados.
- 4. Evaluación del nivel de criticidad.** Como se ha mencionado, para cada escenario se ha evaluado la criticidad de la totalidad de los activos del Grupo y parte de sus proveedores a 11 variables climáticas crónicas y agudas en tres horizontes temporales. Para determinar la criticidad de cada activo frente a cada variable climática, se evaluaron tres parámetros:
 - **La exposición:** que se ha determinado según las características geográficas y funcionales de cada activo (tales como ubicación funcionalidad, altura) y cómo pueden verse afectadas por cada variable climática, según la herramienta GIS.
 - **La vulnerabilidad:** Los activos se han clasificado en 4 grupos atendiendo a su tipología (centro emisor, logística, administrativo y “salud humana”). La vulnerabilidad para cada variable climática se ha determinado según las características técnicas de los activos.
 - **La probabilidad:** la probabilidad se ha determinado según estadísticas de las proyecciones climáticas para cada una de las variables analizadas.

Al combinar los tres parámetros se obtiene el nivel de criticidad del riesgo en una escala del 1 al 4, con niveles que van de riesgo nulo a riesgo crítico. El Grupo ha considerado materiales aquellos activos que presentan una criticidad alta o crítica frente a alguna variable climática.

Como resultado de la evaluación y dada la profundidad del análisis se han podido obtener dos tipos de resultados:

- La criticidad inherente de cada activo a los riesgos climáticos físicos en general en cada escenario y horizonte temporal (1 resultado por activo en cada horizonte temporal y escenario).
- La inherente de cada activo a cada una de las variables climáticas analizadas en cada escenario y horizonte temporal (11 resultados por activo en cada horizonte temporal y escenario).

Como resultado se concluyó que parte de los activos de Atresmedia presentaban riesgo alto de verse afectado por las siguientes variables climáticas:

- Riesgo por altas temperaturas
- Riesgo por incendio
- Riesgo por deslizamiento
- Riesgo por fuertes rachas de viento
- Riesgo por precipitaciones.

Tan solo un activo del Grupo presenta riesgo crítico frente a una de las variables climáticas analizadas. A pesar de que el riesgo inherente para estos activos es alto, Atresmedia cuenta con una serie de medidas de resiliencia que hacen que el riesgo residual sea mucho menor. (ver apartado NEIS 2 SBM-3 del presente capítulo)

Riesgos de transición:

Tal y como se señala en el apartado anterior, Atresmedia ha llevado a cabo en 2025, un análisis de riesgos y oportunidades climáticas de transición, que le ha llevado a identificar riesgos y oportunidades a lo largo de toda la cadena de valor. Este análisis se ha realizado utilizando escenarios NGFS y con proyecciones a 2050. A continuación, se detalla el proceso llevado a cabo para realizar dicho análisis.

- 1. Elección de los escenarios climáticos.** Con el objetivo de entender cómo los riesgos climáticos de transición podían afectar a la actividad del Grupo ante diferentes cambios en el mercado, las políticas y su efecto en la trayectoria del 1.5°C y el Acuerdo de París, el Grupo ha elaborado su análisis utilizando los siguientes escenarios:

- **Net Zero 2050**, una situación optimista con cero emisiones netas en 2050 y una limitación del calentamiento global a 1,5°C mediante políticas e innovación.
- **Current Policies**, donde solo se mantienen las políticas actuales, derivando en riesgos físicos altos.
- Delayed Transition**, se asume que las emisiones anuales no disminuyen hasta 2030. Momento en el que políticas ambiciosas serán necesarias para limitar el calentamiento global a menos de 2°C.

- 2. Selección de horizontes temporales.** Los horizontes temporales elegidos para el análisis han sido los mismos que los establecidos en el modelo de riesgos corporativos de Atresmedia. Para cada riesgo identificado se ha determinado si su materialización se puede dar en el corto plazo (menos de un año), en el medio plazo (entre 1 y 5 años) o en el largo plazo (más de 5 años)
- 3. Selección de riesgos y oportunidades a evaluar.** El análisis se ha desarrollado considerando, en un primer momento, la totalidad de los riesgos y oportunidades que se recogen en TCFD. Finalmente, atendiendo a su modelo de negocio, el Grupo Atresmedia consideró un total de 8 riesgos y 4 oportunidades de transición en su análisis final.
- 4. Cuantificación del impacto financiero con proyecciones a 2030, 2035 y 2050.** Aunque la criticidad de los riesgos se evaluó considerando los tres horizontes temporales del modelo de riesgos de Atresmedia. Para evaluar el impacto financiero, el Grupo realizó, además, proyecciones del efecto financiero de estos riesgos a 2030, 2035 y 2050.
- 5. Evaluación de la criticidad.** Para determinar la criticidad que cada uno de los riesgos y el impacto que cada oportunidad tiene o puede llegar a tener, se ha seguido la evaluación utilizada por el modelo de gestión de riesgos de Atresmedia. Este modelo tiene en cuenta 3 variables:
 - **La probabilidad** de materialización del riesgo
 - **El impacto económico** del riesgo/oportunidad según su efecto en las cuentas de resultado
 - **El impacto reputacional del riesgo/oportunidad** según el efecto que pueda tener dicho riesgo en la percepción de sus grupos de interés sobre el modelo de negocio o alguna de sus marcas.

El modelo de riesgos de Atresmedia determina que la criticidad depende de la relación entre probabilidad e impacto, siendo el impacto final una proporción equitativa entre impacto económico e impacto reputacional.

Este análisis dio como resultado que los riesgos climáticos de transición más críticos para Atresmedia teniendo en cuenta el contexto actual y las proyecciones evaluadas, tal y como se adelantaba en el apartado anterior son:

- El aumento de los costes de las materias primas e insumos, que puede derivar en un aumento de la necesidad de inversión y de los gastos operacionales
- La pérdida de ingresos y el aumento de costes operativos derivados de fallos en los suministros eléctricos

Además, el Grupo deberá prestar atención a los cambios del mercado y la regulación para monitorizar cómo evoluciona su exposición a los distintos riesgos identificados como relevantes.

Por su parte el Grupo, como parte del análisis, ha identificado y evaluado cuatro oportunidades relacionadas con el cambio climático que pueden derivar en nuevas fuentes de ingresos y reducción de costes.

- **El acceso a la financiación verde.** Gracias al establecimiento de criterios climáticos, Atresmedia tiene la oportunidad de acceder a mejores condiciones de financiación. Esta oportunidad, tal y como se detalla en el capítulo G1 se ha materializado en 2025, con la firma de un nuevo préstamo sindicado.
- **El acceso a incentivos europeos.** El Grupo podría beneficiarse de ahorros en sus inversiones en eficiencia energética gracias al acceso a incentivos europeos. A pesar de que esta oportunidad se ha considerado en el análisis, los resultados muestran que en el corto plazo el acceso a incentivos europeos no presenta una oportunidad relevante en términos de impacto económico y reputación para el Grupo.
- **El autoconsumo.** Gracias a la inversión en autoconsumo el Grupo podría reducir los costes derivados de la compra de energía. A pesar de que esta oportunidad se ha incluido en el análisis, considerando el consumo

eléctrico del Grupo y la capacidad de instalación de fuentes de autoconsumo, no se espera que en los periodos estudiados esta oportunidad represente un impacto económico significativo para el Grupo.

- **Publicidad sostenible.** El Grupo ha evaluado la posibilidad de trabajar con sus marcas en productos sostenibles que deriven en una fuente adicional de ingresos.

Tras cuantificar el impacto económico de estas oportunidades, así como la probabilidad de ocurrencia y el impacto reputacional de las mismas se concluye que el acceso a financiación verde, a fecha de elaboración del informe y según los umbrales de materialidad del modelo de riesgos de Atresmedia, es la única actuación que puede representar una oportunidad significativa para Atresmedia. El Grupo revisará periódicamente los resultados del análisis para determinar si alguna de las otras tres actuaciones identificadas puede suponer una oportunidad relevante para Atresmedia.

EI-2: Políticas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo

Política de Medioambiente y Acción Climática de Atresmedia (2024)

La **Política de Medioambiente y Acción Climática de Atresmedia (2024)**, recoge los compromisos, principios y líneas de actuación que rigen la actividad de Atresmedia en relación con el respeto al medioambiente y la mitigación y adaptación al cambio climático. Esta política, aprobada por la Directora General Corporativa, complementa la Política General de Sostenibilidad del Grupo y está disponible para su consulta en la web de Atresmedia.

Su implementación es, por tanto, responsabilidad de la Dirección General Corporativa y del departamento de sostenibilidad que, junto con el apoyo de otras áreas clave, tales como infraestructuras, servicios generales o el departamento financiero, se asegura de que las actuaciones desarrolladas estén alineadas con los principios recogidos en la misma. Además, esta política se comunicará a las sociedades que se incorporen al Grupo, con el objetivo de que conozcan y compartan los principios ambientales que les aplica.

Tal y como recoge el documento, el compromiso ambiental de Atresmedia se materializa, por un lado, en su estrategia de descarbonización y en su plan de transición climática y, por otro lado, en el uso de su poder como medio de comunicación para concienciar a la sociedad difundiendo a través de sus canales de comunicación, programas informativos, reportajes y campañas de sensibilización relacionadas con la materia.

La política aborda temas fundamentales como la mitigación y la adaptación al cambio climático, así como la eficiencia energética y el impulso del uso de energías renovables, a través de líneas de actuación y compromisos específicos. Por ello, el Grupo trabaja en la identificación de los riesgos climáticos a los que su actividad está expuesta, en la implementación de medidas para mitigar sus efectos y en la identificación de mecanismos para adaptarse a sus consecuencias y hacerse más resiliente. Además, el uso eficiente de la energía, una de sus prioridades medioambientales, se traduce en la implementación continua de medidas de eficiencia energética en sus operaciones e instalaciones, que redundan en una reducción del consumo de combustibles y energía.

Concretamente, la política aborda las siguientes cuestiones relativas a la adaptación y mitigación al cambio climático, la eficiencia energética, el despliegue de energías renovables y el cumplimiento normativo:

- El cumplimiento de la regulación en materia ambiental.
- La identificación de riesgos climáticos físicos y de transición que puedan afectar tanto a sus activos como a su modelo de negocio y operaciones.
- La reducción progresiva del uso de combustibles fósiles.
- La eliminación de emisiones de gases de efecto invernadero mediante la compensación y/o absorción de emisiones.
- El uso eficiente de la energía y la apuesta por el uso de energías de origen renovable.
- La correcta gestión y minimización de residuos y sustancias contaminantes.
- El uso responsable y racional de los recursos naturales.
- El apoyo a una industria audiovisual baja en carbono.
- La mejora de la relación con los proveedores.

- La formación e información ambiental a los empleados.
- La emisión en los canales de Atresmedia en materia de contenido informativo, formativo y de sensibilización sobre el cambio climático y sus efectos para generar resiliencia.
- La adhesión a iniciativas voluntarias que impulsan las mejores prácticas en sostenibilidad.
- La información sobre el desempeño ambiental.

La política incluye, además, los siguientes objetivos ambientales:

- Alcanzar un 95% de consumo de energía eléctrica de origen renovable en 2026.
- Cumplir con los objetivos de la estrategia Cero Neto de Atresmedia en el corto y en el largo plazo.
- Mejorar el cálculo de sus emisiones de alcance 3, reduciendo las estimaciones y ofreciendo información real sobre la huella de carbono de su cadena de valor.
- Impulsar la movilidad sostenible.
- Realizar producciones audiovisuales sostenibles.
- Mejorar la gestión y el reciclaje de sus residuos a través de su proyecto Residuo Cero.

Principios ambientales para proveedores (2025)

En 2025, el Grupo Atresmedia ha trabajado en la elaboración de tres documentos de conducta ambiental responsables para sus proveedores de contenidos y bienes y servicios con el objetivo de extender entre ellos los principios y comportamientos ambientales del Grupo, promoviendo relaciones comerciales más sostenibles. Los tres documentos, públicos en la web de Atresmedia y aprobados por la Dirección General Corporativa de Atresmedia, se incluirán a partir de 2026 en los contratos con proveedores de bienes y servicios y contenidos según corresponda. Estos principios incluyen:

- Principios de gestión responsable de residuos para proveedores de Atresmedia
- Principios de gestión ambiental sostenible para proveedores de bienes y servicios
- Principios de producción audiovisual sostenible de Atresmedia.

EI-3: Actuaciones y recursos en relación con las políticas en materia de cambio climático

Durante el ejercicio 2025, tal y como se ha mencionado con anterioridad, Atresmedia ha continuado desarrollando acciones que, en línea con lo realizado en 2024, contribuyen a la mitigación y adaptación al cambio climático. Además, el Grupo ha continuado trabajando para mejorar la sostenibilidad de sus producciones audiovisuales y sus relaciones comerciales.

Actuaciones de mitigación del cambio climático

A continuación, se presentan las principales actuaciones de mitigación llevadas a cabo por Atresmedia, clasificadas por palanca de descarbonización:

Palanca 1. Reducción y sustitución del uso de combustibles fósiles

Atresmedia desarrolla medidas, tanto en sus operaciones propias como a lo largo de su cadena de valor orientadas a la reducción del uso de combustibles fósiles, principalmente mediante el impulso de la movilidad sostenible y a través de la mejora y mantenimiento activo de sus instalaciones fijas.

- **Medidas orientadas a reducir el uso de combustibles fósiles en los desplazamientos**
 - **Puntos de carga para vehículos eléctricos.** Tras su instalación en 2024, la Sede Central de Atresmedia cuenta con un amplio sistema de carga para vehículos eléctricos disponible para el uso de los empleados y directivos de Atresmedia.
 - **Herramienta de carpooling.** Atresmedia pone a disposición de sus empleados una herramienta de carpooling que les permite compartir coche en los desplazamientos al centro de trabajo. Esta iniciativa, que pretende reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de los empleados de Atresmedia, comenzó como un proyecto piloto en 2024 y ha continuado disponible a lo largo de 2025. Los desplazamientos están subvencionados por Atresmedia y sus usuarios tienen la posibilidad de

certificar los ahorros energéticos generados y obtener con ello beneficios adicionales. Con esta medida el Grupo ha evitado 5 toneladas de CO₂. En 2025, el Grupo ha invertido 600€ para dar continuidad a la iniciativa.

- **Tarjetas de transporte para empleados.** Con el objetivo de fomentar el uso del transporte público, Atresmedia ofrece a sus empleados, como parte del plan de retribución flexible, la posibilidad de solicitar la tarjeta de transporte bonificada y obtener ahorros fiscales en sus desplazamientos.
- **Mejora de la flota propia y de renting de Atresmedia y Uniprex.** Como parte de su compromiso con la movilidad sostenible y la reducción de emisiones, Atresmedia aprovecha las necesidades de renovación en la flota para priorizar el cambio a vehículos híbridos e híbridos enchufables con categoría ECO y CERO. Concretamente, en 2025, 5 vehículos diésel han sido sustituidos por vehículos de estas categorías.
- **Vehículos de renting.** El servicio de renting para los vehículos de Alta Dirección, así como el de los servicios solicitados de vehículos con conductor para programas son realizados con vehículos con etiqueta CERO.
- **Política de viajes.** Atresmedia, siempre que las condiciones del negocio y la actualidad informativa lo permiten, prioriza los desplazamientos en ferrocarril frente al transporte aéreo.

- **Medidas orientadas a la mejora continua y el mantenimiento activo de las instalaciones**

- **Mantenimiento de los grupos electrógenos en los centros emisores de la radio.** Anualmente, Onda Cero lleva a cabo una labor de mantenimiento de los grupos electrógenos de sus centros emisores con el objetivo de garantizar su eficiencia y evitar posibles fallos técnicos. En 2025, concretamente el Grupo ha llevado a cabo el mantenimiento de 8 grupos electrógenos, lo que ha supuesto un gasto de 4.657,74€.
- **Medidas de eficiencia energética que redundan en ahorros energéticos.** Gracias a la puesta en marcha de diferentes medidas de eficiencia energética (aislamientos de tuberías y bombas de climatización) se espera que se necesite una menor cantidad de energía para mantener las mismas condiciones de temperatura y procesos en las instalaciones, con un menor consumo de combustibles fósiles.

En 2025, y gracias en parte a estas medidas, el Grupo habría alcanzado una reducción aproximada del 10% de sus emisiones de alcance 1. No obstante, dada la reciente incorporación de la sociedad Lastlap al Grupo, las emisiones de alcance 1 reducidas se han visto penalizadas por las emisiones de Lastlap, quedando la reducción final en un 0,5%.

Palanca 2 Mejora de la eficiencia energética

En 2025 el Grupo Atresmedia ha continuado mejorando la eficiencia energética de los equipos e instalaciones técnicas de la radio, de su sede central y de sus platós de televisión con el objetivo de reducir el consumo energético de la organización.

- **Mejoras de la eficiencia energética de la radio.** En 2025, al igual que en años anteriores, en los centros emisores y delegaciones de Onda Cero se ha llevado a cabo la sustitución de diferentes equipamientos contribuyendo a la mejora de la eficiencia energética y a la reducción de gases de efecto invernadero. Las actuaciones se desarrollan en la operativa diaria de Uniprex y tienen efecto en diferentes centros emisores y estudios de Onda Cero repartidos por todo el territorio nacional. Las principales actuaciones que se han completado a lo largo del 2025 son:
- **Sustitución de transmisores.** En 2025, el negocio de la radio ha continuado sustituyendo sus transmisores por modelos más eficientes, permitiendo el ahorro de energía respecto a los equipamientos anteriores. En 2025 se han sustituido 14 transmisores que se suman a los 10 cambiados en 2024. La inversión y el gasto total asociado a dicha actuación en 2025 ha sido de 133.966€.
- **Sustitución y mantenimiento preventivo de equipos de climatización.** En 2025 se ha continuado haciendo el mantenimiento preventivo de los equipos de climatización de las emisoras, optimizándolos y ajustándolos a las necesidades reales de producción y se han sustituido sistemas de climatización en varias emisoras por sistemas más eficientes que tienen como finalidad el ahorro en el consumo

energético y la reducción de las emisiones de CO₂. La inversión de esta actuación en 2025 asciende a 54.235,20€.

- **Sustitución del alumbrado convencional de gran parte de los estudios y oficinas de Onda Cero por tecnología LED.** En 2025 se ha invertido un total de 2.987,9€ para sustituir el alumbrado de las instalaciones de Barcelona, Granada, Gijón y Menorca. Junto con los cambios de 2024 son 20 las instalaciones en las que se ha instalado luminaria LED en los dos últimos años.
- **Medidas desarrolladas para mejorar la eficiencia energética de la sede central.** Estas actuaciones se han llevado a cabo bajo la dirección de Infraestructuras de Atresmedia.
 - **Proyecto de renovación de aislamiento de tuberías frigoríficas (2023-2027).** Este proyecto quinquenal se basa en la renovación de los aislamientos existentes con el objetivo de reducir las pérdidas térmicas, mediante la sustitución de los aislamientos existentes por otros más eficientes, reduciendo la pérdida de energía al exterior. El proyecto, que se inició en 2023, llega a su ecuador y tiene como fecha prevista de finalización el año 2027. La inversión ejecutada para acometer este proyecto en 2025 ascendió a 24.946,9€.
 - **Sustitución de equipos de climatización.** Las actuaciones ejecutadas dentro de este proyecto, aprobado en 2023 y ejecutado progresivamente, se basan en la sustitución de los equipos de climatización que van quedando obsoletos por versiones más eficientes o bien para el refuerzo o redundancia de la climatización de zonas técnicas. En 2025 el Grupo Atresmedia ha realizado una inversión en sustitución de equipos de 116.917,30€.
 - **Sustitución de ventanas y claraboyas en edificios de la Sede Central.** Este proyecto arrancó en 2024 y ha continuado durante 2025 con la sustitución de las ventanas de vidrio simple por nuevas ventanas con rotura de puente térmico en varios edificios de Atresmedia, además, en 2025 se ha ampliado el alcance del proyecto mediante la sustitución de claraboyas piramidales de vidrio en la cubierta del edificio principal de la sede central por nuevas claraboyas bivalvas. Con este proyecto el Grupo busca mejorar el aislamiento de las instalaciones. Está que esta actuación se extienda al menos durante 2026. La inversión ejecutada en este proyecto en 2025 es de 97.170€.
 - **Instalación de filtros solares.** Tienen como objetivo reflejar parte de la radiación solar que afecta a las instalaciones hacia el exterior, reduciendo la carga térmica del espacio. Con ello se espera reducir el consumo de energía necesaria para climatización. Esta actuación ha supuesto en 2025 una inversión de 9.698€.
 - **Regulación de equipos de calor.** Se modifican los quemadores actuales de las calderas del Estudio 7, que pasan de una modulación de dos escalones a una modulación completa mediante sonda de temperatura, y se sustituye el calostato existente para la producción de agua caliente en verano por un sistema de aerotermia. Esta actuación ha supuesto una inversión de 39.958,19€.
- **Mejora de la eficiencia energética en los platós de televisión.** La Dirección de Ingeniería, por su parte, trabaja en el desarrollo de actuaciones que permiten mejorar las instalaciones de los platós y que en ocasiones redundan en un ahorro energético.
 - **Renovación de infraestructura de iluminación de los platós de Atresmedia,** concretamente de hoists y LED. Este proyecto implica un ahorro energético gracias a la sustitución de proyectores de incandescencia por luminarias LED y una mayor resiliencia, ya que se han incorporado sistemas de alimentación ininterrumpida (SAI o UPS) que mantienen el servicio de energía eléctrica ante cortes o fallos de suministro. En 2025, se ha vuelto a llevar a cabo el cambio de luminaria en uno de los estudios de la sede central. Este proyecto ha supuesto una inversión de 1.612.806€.

Dadas las dimensiones y dispersión de las instalaciones, si bien no es posible estimar individualmente el ahorro en CO₂ de cada una de estas iniciativas, se conoce que, gracias a las medidas de eficiencia energética puestas en marcha, Atresmedia espera reducir el consumo global de gasóleo y electricidad que es utilizado para aclimatar estancias y realizar procesos. Con lo que se espera alcanzar una reducción de las emisiones de alcance 1 y 2.

Palanca 3. Uso de energías de origen renovable

Con el objetivo de hacer un uso racional de los recursos naturales y apostar por las energías de origen renovable, Atresmedia ha llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- **Aumento de la compra de energía eléctrica de origen renovable.** En 2025 se ha vuelto a ampliar el número de centros que consumen energía eléctrica de origen renovable gracias a la modificación de los contratos existentes. Concretamente, en 2025, las oficinas de Smartclip han pasado a consumir energía renovable. Con esta iniciativa de largo recorrido, Atresmedia pretende reducir las emisiones de alcance 2 basadas en el mercado. Además, para impulsar esta medida, tal y como se menciona al comienzo del capítulo, la remuneración variable de los consejeros ejecutivos se ha vinculado al porcentaje de electricidad de origen renovable consumida.
- **Impulso del autoconsumo en la Sede Central.** En 2025 se ha dado comienzo al proyecto para la instalación de paneles solares en la sede central de Atresmedia con una inversión inicial de 58.371,67€. La instalación de los paneles se llevará a cabo en 2026.
- **Impulso del autoconsumo en Lastlap.** Actualmente la sociedad Lastlap, incorporada al Grupo Atresmedia en 2025, genera aproximadamente el 40% de la energía total consumida en su sede principal, gracias a la instalación y uso de energía fotovoltaica.

Desde el año 2019, Atresmedia ha ido incrementando progresivamente el consumo de energía eléctrica de origen renovable. En consecuencia, más del 96% de la electricidad consumida por las diferentes sociedades del Grupo cuenta con GdO o procede del autoconsumo. En 2025, gracias al cambio de suministro de varios contratos durante este año y el anterior, el Grupo ha conseguido reducir su huella de carbono de alcance 2 basada en mercado en un 43,4% respecto a 2024.

Palanca 4. Descarbonización de la cadena de valor

En 2025, Atresmedia ha continuado trabajando para reducir las emisiones de carbono de su cadena de valor, poniendo el foco principalmente en el desarrollo de medidas orientadas a la gestión y minimización de residuos y medidas orientadas a reducir las emisiones de la cadena de suministro.

- **Medidas orientadas a la gestión y minimización de residuos.** Dentro del programa de gestión de residuos del Grupo Atresmedia, Residuo Cero, en 2025 se ha continuado trabajando para realizar una correcta gestión de los residuos generados, con el objetivo de reducir su cantidad, priorizar su reciclaje cuando sea posible y de esta forma contribuir a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero asociados a su gestión:
 - **Gestión responsable y reciclaje de los residuos generados.** En 2025, Atresmedia ha trabajado con su gestor de residuos para buscar nuevas alternativas de contenerización en las instalaciones de la sede central con el objetivo de seguir mejorando su segregación y gestión, reducir la cantidad de residuos llevados a vertedero, dándole a cada tipo de residuo el tratamiento que corresponde y, por ende, reducir las emisiones asociadas al depósito y tratamiento de estos.
 - **Donación del excedente alimentario del servicio de comedor de la Sede Central de San Sebastián de los Reyes.** Desde 2022, Atresmedia dona el excedente alimentario apto para el consumo de su sede central a entidades sociales como el Cottolengo del Padre Alegre o la asociación APAMA (Asociación de Padres de Alumnos con Discapacidad de Alcobendas). Con esta medida, Atresmedia reduce las emisiones procedentes del excedente alimentario desechado. Además, Atresmedia en colaboración con el proveedor del servicio, se asegura de que las entidades receptoras se encuentran próximas a las instalaciones de Atresmedia para garantizar que los alimentos llegan en las mejores condiciones para el consumo, evitando también desplazamientos largos que supongan más consumo de combustibles y, por tanto, más emisiones de CO₂. En 2025 se han donado un total de 5.981 raciones de comida, evitando el desperdicio de 1.231 kilogramos de alimentos y evitando la emisión de 6.401,3 kilogramos de CO₂.
 - **Colaboración con el servicio de restauración.** Atresmedia trabaja directamente con su proveedor de servicio de restauración en las medidas de sostenibilidad del servicio prestado que afectan directamente al Grupo. Entre ellas se encuentra la reducción de la adquisición de productos elaborados y congelados, incorporando en su estrategia la compra de productos frescos y de proximidad, lo que

supone que se realicen menos desplazamientos. Además, se ha reforzado la segregación de residuos en la recogida de las mesas del comedor de empleados de Atresmedia mediante la incorporación de cubos de reciclaje para los distintos residuos generados.

- **Mercadillo solidario.** En 2025, Atresmedia ha vuelto a celebrar su mercadillo solidario, en el que los empleados pueden adquirir prendas de los presentadores y colaboradores de Atresmedia a un precio asequible promoviendo la reducción del residuo textil y la economía circular. En esta edición, los fondos recaudados han sido entregados a la Fundación Atresmedia y el excedente de prendas a la Fundación Quiero Trabajo y al Comedor Social Santa María Josefa.
- **Priorización de usos de materiales reutilizables y compostables** en el servicio de restauración y cafetería, contribuyendo a la reducción de emisiones asociadas al reciclaje y tratamiento de estos productos.
- **Medidas orientadas a reducir las emisiones procedentes de la compra de bienes y servicios**
 - **Proyecto de colaboración con proveedores de bienes y servicios y contenidos para mejorar el cálculo de la categoría 1.** En 2025, Atresmedia ha continuado trabajando para mejorar el cálculo de la categoría 1 de alcance 3 de su huella de carbono. Para ello ha desarrollado un plan de colaboración con los proveedores y está incluyendo progresivamente la huella de sus proveedores significativos en el cálculo de sus emisiones de alcance 3, reduciendo la cantidad de datos estimados. El Grupo ha contado con el asesoramiento de un consultor experto en clima para abordar esta cuestión. El Grupo ha invertido 17.500€ en desarrollar esta mejora.
 - **Cláusulas contractuales y elaboración de guías prácticas para los proveedores.** Tal y como se ha mencionado, en 2025 Atresmedia ha elaborado nuevas cláusulas contractuales de sostenibilidad que serán incluidas en los contratos firmados con sus proveedores de bienes y servicios y en sus contratos con proveedores de contenidos a partir del 1 de enero de 2026. Junto a estas cláusulas se comparten los principios que se espera que los proveedores adopten en sus relaciones con el Grupo que incluyen:
 - o Principios de gestión ambiental sostenible para proveedores de bienes y servicios
 - o Principios de producción audiovisual sostenible de Atresmedia
 - o Principios de gestión responsable de los residuos para proveedores de Atresmedia

Atresmedia continuará trabajando en la implantación de medidas para reducir la huella de carbono de su cadena de suministro para cumplir con los objetivos de reducción de emisiones de su alcance 3.

Palanca 5. Soluciones basadas en la naturaleza. Compensación de emisiones.

Desde 2023, Atresmedia refuerza su estrategia de Cero Neto invirtiendo en proyectos de reforestación para compensar parcialmente sus emisiones.

- **Compensación de las emisiones de alcance 1, fugitivas.** Desde 2023, Atresmedia compensa el 100% de sus emisiones fugitivas mediante la inversión en el proyecto de reforestación en Galicia. En 2025 el Grupo ha compensado 223 toneladas de CO₂ correspondientes a su huella de carbono de 2024, mediante la compra de derechos de compensación en el proyecto Galica Rexenera: Lapa Furada, que se suman a las 160 toneladas compensadas en 2024. En 2025 esta actuación ha supuesto un coste de 4.683€.
- **Compensación de las emisiones de alcance 1, desplazamientos.** Atresmedia ha llegado a un acuerdo con su proveedor de combustible para compensar el 100% de las emisiones producidas por la flota propia de Atresmedia. Estas compensaciones se llevan a cabo, principalmente, en proyectos de la Selva Amazónica de Brasil. Desde que en abril de 2025 el proyecto viera la luz, se han compensado 99,78 toneladas de CO₂, lo que ha supuesto un gasto de 3.480€.

En total, Atresmedia ha compensado 322,784 toneladas de CO₂.

A continuación, detallan las actuaciones llevadas a cabo por palanca de descarbonización y los alcances impactados:

ACTUACIONES DE MITIGACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO				
PALANCA	Objetivos y Políticas	Actuación	Alcance(s) impactados	Inversión y gasto ejecutado
Reducción del uso de combustibles fósiles	Estas actuaciones se alinean con los objetivos de la política de medioambiente y acción climática del Grupo Atresmedia, concretamente con el impulso de la movilidad sostenible y la reducción del uso de combustibles fósiles en las instalaciones y desplazamientos	Sustitución de la flota de Atresmedia y Uniprex.	A1, Inst. móviles	No aplica
		Política de viajes de Atresmedia.	A3, categoría 6	No aplica
		Herramienta de <i>carpooling</i> , para reducir los desplazamientos al trabajo.	A3, categoría 7	600€
		Tarjeta transporte para empleados.	A3, categoría 7	No aplica
		Puntos de carga para vehículos eléctricos.	A3, categoría 7	No aplica
		Uso vehículos de renting con etiqueta CERO.	A1, Inst. móviles	No aplica
		Mantenimiento de los grupos electrógenos para reducir el consumo de gasóleo.	A1, Inst. fijas	4.657,74€.
Mejora de la eficiencia energética.	Estas actuaciones se alinean con los objetivos de la política de medioambiente y acción climática del Grupo Atresmedia, concretamente con el uso racional de los recursos naturales y con la optimización y reducción de consumos	Sustitución de equipos de climatización por otros más eficientes.	A1, fugitivas A2	171.206,43€
		Cambios de luminaria LED en estudios de radio y platós.	A1 y A2	1.615,793,9€
		Sustitución de ventanas y claraboyas.	A1 y A2	91.170€
		Renovación aislamiento tuberías frigoríficas.	A1 y A2	24.946,9€
		Regulación equipos de calor	A1. Inst. fijas	39.958,19€
		Instalación de filtros solares.	A1 y A2	9.698€
Uso de energías renovables	Estas actuaciones se alinean con el compromiso del Grupo de hacer un uso eficiente de la energía y apostar por las energías de origen renovable	Aumento del número de centros emisores y estudios de radio con GdO.	A2	N/A
		Contratación de GdO en Smartclip.	A2	N/A
		Autoconsumo solar en Lastlap.	A2	N/A
		Negociación para la instalación de paneles fotovoltaicos en la Sede Central.	A2	191.498€.
Descarbonización de la cadena de suministro	Estas actuaciones se alinean con la política de medioambiente y acción climática del Grupo y con los compromisos de contribuir a impulsar una industria audiovisual baja en carbono; con la mejora del cálculo de las emisiones de alcance 3 y con la colaboración con los proveedores	Acuerdo con el proveedor del servicio de restauración para donación del excedente alimentario de la cantina de la Sede Central de San Sebastián de los Reyes.	A3, categoría 5	N/A
		Colaboración con proveedores de restauración para mejorar en la gestión responsable de los residuos. Priorización del uso de materiales reutilizables en el servicio de restauración.	A3, categoría 5	N/A
		Mejora del cálculo del alcance 3, para reducir el dato primario y poder identificar medidas de reducción en la cadena de suministro.	A3, categoría 1	17.500€
		Solicitud progresiva de la huella de carbono de los proveedores de bienes y servicios de Atresmedia para incluir en su alcance 3 y poder identificar mejoras. Introducción de nuevas cláusulas contractuales de sostenibilidad en los contratos con los proveedores.	A3, categoría 1	N/A
		Elaboración de principios ambientales para proveedores de bienes y servicios y contenido.	A3, categoría 1	N/A
Soluciones basadas en la naturaleza	Estas actuaciones están alineadas con la política de medioambiente y acción climática del Grupo y el principio de inversión en proyectos de compensación de emisiones	Compensación de emisiones de CO ₂ , correspondientes a las emisiones fugitivas mediante la compra de derechos de emisión en un proyecto de reforestación de un tercero en Galicia.	A1, emisiones fugitivas	4.683€
		Compensación de emisiones de CO ₂ procedentes de los desplazamientos de los vehículos propios de Atresmedia.	A1, inst. móviles	3.480€

Como parte de su plan de transición, Atresmedia continúa identificando medidas para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y poder cumplir con los objetivos de descarbonización de su estrategia Cero Neto.

Actuaciones de adaptación al cambio climático

A continuación, se detallan las actuaciones llevadas a cabo en materia de adaptación al cambio climático.

- **Impermeabilización de cubiertas.** Con el objetivo de hacer sus activos físicos más resistentes a posibles temporales y condiciones meteorológicas intensas, Atresmedia inició en 2024 un proyecto de mejora de impermeabilización de las cubiertas de los edificios y los elementos de evacuación de agua, bajantes y canalones de la Sede Central, que ha continuado en 2025. El CapEx asociado a dicha actuación ha sido de un total de 17.840€ que se suma a los 36.067€ invertidos en 2024.
- **Sensibilización a la sociedad.** Con el objetivo de contribuir y facilitar la adaptación al cambio climático de la sociedad, Atresmedia a través de sus diferentes canales emite contenidos sensibilizadores sobre cambio climático y la necesidad de afrontar sus consecuencias con urgencia, así como contenidos sensibilizadores sobre el valor de la naturaleza. Durante el ejercicio 2025, han destacado las siguientes iniciativas:
 - o **Onda Cero**, a través de su iniciativa de sostenibilidad, Luz Verde incorpora desde 2024 la defensa del medioambiente como una temática transversal a toda su programación, con el objetivo de dar visibilidad e importancia a la necesidad de luchar contra el cambio climático. En 2024, se creó un Comité de Expertos para la iniciativa formado por destacadas personalidades del mundo de la conservación ambiental y en 2025 se ha celebrado la 1ª edición de los premios Luz Verde, que reconoce a aquellas personas o instituciones cuyas iniciativas hayan contribuido en 2024 a mejorar la sostenibilidad y el medio natural, y a luchar contra el cambio climático.
 - o **Antena 3 Noticias**, cuenta con una sección específica de Clima, Sociedad y Cultura con el objetivo de reforzar su compromiso informativo con el futuro del planeta y de la sociedad.
 - o **laSexta**, ha seguido emitiendo contenido especializado e informativo sobre el cambio climático en programas como Al Rojo Vivo, El Objetivo, Zapeando, Más Vale Tarde, La Roca, o el Intermedio y ha seguido incluyendo la transición energética y la sostenibilidad como una de las temáticas fundamentales en su evento Metafuturo.
 - o **Cobertura especial ante eventualidades climáticas y meteorológicas**, como el aniversario de la DANA o incendios, borrascas e inundaciones que han afectado a la ciudadanía.
- **Actualización del análisis de riesgos climáticos físicos y de transición del Grupo.** En 2025, el Grupo ha llevado a cabo la actualización de su análisis de riesgos climáticos físicos basado en escenarios SSP y ha realizado, por primera vez, un análisis de riesgos climáticos de transición basado en escenarios NGFS. Esto le ha permitido identificar los principales riesgos y las correspondientes medidas de adaptación tal y como se detalla en el apartado SBM-2 del presente capítulo.

Impulso de las producciones audiovisuales sostenibles

En 2025, Atresmedia ha continuado trabajando en la sostenibilidad de sus producciones audiovisuales propias y delegadas para contribuir a generar una industria audiovisual baja en carbono. Concretamente, se ha finalizado el proyecto piloto que comenzó en 2024 y en el que se evaluó el grado de cumplimiento de una serie de medidas de sostenibilidad propias del sector y se calculó la huella de carbono de tres producciones del Grupo: Antena 3 Noticias, la Sexta Noticia y Zapeando.

Además, el Grupo ha continuado colaborando con sus productoras para conocer las medidas de sostenibilidad que se están implementando en las producciones delegadas. En 2025, los programas La Voz, La Voz Kids y Una Fiesta de Muerte, producidos por ITV para Atresmedia han obtenido la certificación de Albert de producciones sostenibles.

Actuaciones para el futuro¹⁷

El Grupo Atresmedia, ha identificado las siguientes actuaciones para el futuro.

En las emisoras de radio, se prevé que:

- Se dé continuidad al mantenimiento preventivo de todos los sistemas de climatización de emisoras, optimizándolo y ajustándolo a las necesidades reales de producción.
- Se realice la sustitución de sistemas de climatización en varias emisoras por sistemas más eficientes, que tienen como finalidad el ahorro de consumo energético y la reducción de las emisiones de CO₂.
- Se continúe con el mantenimiento de los grupos electrógenos en centros emisores, aumentando su rendimiento y reduciendo el consumo de gasóleo.
- Se lleve a cabo la sustitución del alumbrado convencional de parte de los estudios y oficinas por tecnología LED.
- Se continúe con el plan de sustitución de transmisores por modelos más eficientes, permitiendo ahorros de energía con respecto al equipamiento anterior.
- Se lleve a cabo la sustitución de parte de la flota de vehículos técnicos con etiqueta B y C a etiqueta ECO.

En la sede central, se prevé que:

- Se continúe con el proyecto de **energía fotovoltaica en la sede central del Grupo Atresmedia, comenzando con la instalación de paneles**. Este proyecto aprobado en 2023, y en ejecución para 2026 se basa en la instalación de paneles solares fotovoltaicos en la cubierta de los edificios. Con una potencia de 250 kWp se espera que esta medida impacte en una reducción de la necesidad de compra de energía del Grupo. Se prevé que el CapEx asociado a dicha actuación sea de 191.498€.
- Se continúe mejorando el cálculo de las emisiones de alcance 3 para poder abordar su reducción
- Se mantenga un mantenimiento activo en todas las instalaciones y se continúe mejorando la eficiencia energética.
- Se trabaje con el gestor de residuos para la mejora de la segregación y tratamiento de estos.

Recursos disponibles

En cuanto a la capacidad de Atresmedia para ejecutar las actuaciones, depende de la asignación de recursos en las partidas presupuestarias de cada área para poder desarrollar sus actividades. No obstante, no se requiere de un acceso continuo a financiación externa para ejecutar la totalidad de las actuaciones de la empresa.

El Grupo Atresmedia es consciente de la importancia que tiene hacer un uso responsable y racional de los recursos para garantizar la sostenibilidad del entorno y, por ello, se centra en reducir sus consumos lo máximo posible, así como en favorecer la reutilización y el reciclado de estos.

Cabe destacar que, las cuantías consolidadas del CapEx durante el ejercicio 2025 pueden consultarse en la Nota 6 "Otros activos intangibles" y la Nota 7 "Inmovilizado material", y las del OpEx en la Nota 18 "Ingresos y gastos", en concreto el apartado d) Otros gastos de explotación, de las Cuentas Anuales Consolidadas.

Parámetros y metas

EI-4: Metas relacionadas con la mitigación del cambio climático y la adaptación al mismo

Atresmedia, en el marco de su estrategia Cero Neto, ha establecido cuatro metas¹⁸ para contribuir a la mitigación del cambio climático, con dos horizontes temporales: 2030¹⁹ y 2050. Como se ha mencionado con anterioridad, las emisiones del año base (2019) son para alcance 1+2: 10.843,0 tCO₂ y para alcance 3: 130.458,50 tCO₂.

¹⁷ Atresmedia, al no tener un impacto ambiental significativo no corre riesgo de inducir en impactos negativos significativos sobre el medio ambiente de forma sistemática, por lo que no resulta necesario establecer medidas correctoras.

¹⁸ Los grupos de interés no han participado en la definición de las metas y no ha habido cambios en las mismas ni en la metodología hasta el momento

¹⁹ Llegado el 2030 Atresmedia estudiará la necesidad de actualizar su año base para sus metas de reducción de emisiones GEI después de cada quinquenio subsiguiente

Las metas de reducción de emisiones establecidas por Atresmedia han sido revisadas y validadas por la iniciativa SBTi, confirmando que se encuentran en la senda de la limitación del calentamiento global a 1.5°C. Asimismo, cabe destacar que dichas metas también contribuyen a gestionar de manera efectiva algunos de los impactos, riesgos y oportunidades materiales.

Adicionalmente, Atresmedia ha establecido dos metas adicionales que sirven de impulso para lograr los objetivos de descarbonización de su estrategia Cero Neto. Concretamente, estas metas incluyen el compromiso de consumir un porcentaje significativo de electricidad de origen renovable y la incorporación progresiva de la huella de carbono de sus proveedores significativos al cálculo de sus emisiones de alcance 3 categoría 1.

A continuación, se incluye información detallada de cada una de las metas establecidas por el Grupo y el progreso alcanzado en estas metas.

Meta 1: Reducción de un 86,1% las emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 1+2 combinadas respecto al año base (2019) en 2030 (año objetivo)

Esta meta se relaciona directamente con el objetivo Cero Neto de Atresmedia, con el compromiso de reducción del uso de combustibles fósiles del Grupo y con el uso de energías de origen renovable. Tal y como se ha explicado anteriormente, se trata de un objetivo de reducción de emisiones absoluto, basado en la ciencia y validado por SBTi, quien ha determinado que está en línea con una trayectoria de 1.5°C.

La meta se expresa en reducción porcentual de las emisiones equivalentes de CO₂ respecto al año base y cubre las emisiones de alcance 1 procedentes del uso de combustibles fósiles en las instalaciones fijas de la Compañía, que incluyen principalmente, gas, gasóleo y gasolina; las emisiones procedentes del uso de gases refrigerantes y las emisiones procedentes de uso de combustibles fósiles por los vehículos propios de Onda Cero (gasolina y gasóleo), así como las emisiones de alcance 2 basadas en el mercado procedentes del uso de energía eléctrica. Esta meta cubre el 100% de las emisiones de alcance 1 y 2 del Grupo Atresmedia.

Los gases de efecto invernadero cubiertos por esta meta son: el dióxido de carbono (CO₂); el metano (CH₄); el óxido nitroso (N₂O) y diferentes hidrocarburos.

Meta 2: Reducción de un 28% las emisiones de gases de efecto invernadero expresadas en toneladas de CO₂ equivalente, de alcance 3 respecto al año base (2019) en 2030 (año objetivo)

Esta meta está relacionada con el objetivo Cero Neto de Atresmedia, con el compromiso de reducción del uso de combustibles fósiles del Grupo, con la mejora de su alcance 3, con la mejora en la gestión de residuos, con la movilidad sostenible y con la reducción de emisiones en su cadena de suministro. Tal y como se ha explicado anteriormente, se trata de un objetivo de reducción de emisiones absoluto, basado en la Ciencia y validado por SBTi, quien ha determinado que está en línea con una trayectoria de 1.5°C.

La meta se expresa en reducción porcentual de las emisiones equivalentes de CO₂ respecto al año base y cubre las emisiones procedentes de la cadena de valor de Atresmedia, principalmente de las emisiones procedentes de la compra de bienes y servicios (categoría 1); del uso de energía (categoría 3) e inversiones (categoría 15). Esta meta cubre el 77,7% de las emisiones de alcance 3 del Grupo Atresmedia, puesto que se excluyen las emisiones de alcance 3 categoría 11.

Los gases de efecto invernadero cubiertos por esta meta son: el dióxido de carbono (CO₂); el metano (CH₄) y el óxido nitroso (N₂O).

Meta 3: Reducción de un 90% las emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 1+2 combinadas respecto al año base (2019) en 2050 (año objetivo)

Esta meta se relaciona directamente con el objetivo Cero Neto de Atresmedia, con el compromiso de reducción del uso de combustibles fósiles del Grupo y con el uso de energías de origen renovable. Tal y como se ha explicado anteriormente, se trata de un objetivo de reducción de emisiones absoluto, basado en la Ciencia y validado por SBTi, quien ha determinado que está en línea con una trayectoria de 1.5°C.

La meta se expresa en reducción porcentual de las emisiones equivalentes de CO₂ respecto al año base y cubre las emisiones de alcance 1 procedentes del uso de combustibles fósiles en las instalaciones fijas de la Compañía, que incluyen principalmente, gas, gasóleo y gasolina; las emisiones procedentes del uso de gases refrigerantes y las emisiones procedentes de uso de combustibles fósiles por los vehículos propios de Onda Cero (gasolina y gasóleo), así como las emisiones de alcance 2 basadas en el mercado procedentes del uso de energía eléctrica. Esta meta cubre el 100% de las emisiones de alcance 1 y 2 del Grupo Atresmedia.

Los gases de efecto invernadero cubiertos por esta meta son: el dióxido de carbono (CO₂); el metano (CH₄), el óxido nitroso (N₂O) y diferentes hidrocarburos.

Meta 4. Reducción de un 90% las emisiones de gases de efecto invernadero de alcance 3 respecto al año base (2019) en 2050 (año objetivo)

Esta meta se relaciona directamente con el objetivo Cero Neto de Atresmedia, con el compromiso de reducción del uso de combustibles fósiles del Grupo, con la mejora de su alcance 3, con la mejora en la gestión de residuos, con la movilidad sostenible y con la reducción de emisiones en su cadena de valor. Tal y como se ha explicado anteriormente, se trata de un objetivo de reducción de emisiones absoluto, basado en la Ciencia y validado por SBTi, quien ha determinado que está en línea con una trayectoria de 1.5°C.

La meta se expresa en reducción porcentual de las emisiones equivalentes de CO₂ respecto al año base y cubre las emisiones procedentes de la cadena de valor de Atresmedia, incluyendo las emisiones procedentes de la compra de bienes y servicios (categoría 1); de los bienes de capital (categoría 2) del uso de energía (categoría 3); de los desplazamientos aguas arriba (categoría 4); de la generación de residuos en sus propias operaciones (categoría 5); de los viajes de negocio (categoría 6); de los desplazamientos de los empleados (categoría 7); de los arrendamientos (categoría 8) y de inversiones (categoría 15). Está meta cubre el 77,8% de las emisiones de alcance 3 del Grupo Atresmedia, puesto que se excluyen las emisiones de alcance 3 categoría 11.

Los gases de efecto invernadero cubiertos por esta meta son: el dióxido de carbono (CO₂); el metano (CH₄) y el óxido nitroso (N₂O).

A continuación, se presenta la evolución de Atresmedia en el cumplimiento de sus objetivos y metas de su estrategia Cero Neto desde el año base.

Referencia		Objetivo Near-term 2030			Objetivo Cero Neto 2050		
Alcances	Año base (2019)	Reducción %	Reducción toneladas	Emisiones 2030	Reducción %	Reducción toneladas	Emisiones 2050
Alcance 1+2	10.843,00	-86,1%	-9.335,82	1.507,18	-90%	-9.758,70	1.084,30
Alcance 3	130.458,50	-28%	-36.528,38	93.930,12	-90%	-117.412,65	13.045,85

	Año base 2019	Objetivo 2030	Rendimiento (%)					
			2020	2021	2022	2023	2024	2025
Alcance 1+2	10.843,00	-86,1%	-70,9%	-99,94%	-72,32%	-79,6%	-78,83% ²⁰	-80,96%
Alcance 3	130.458,50	-28%	-3,34%	+12,67%	+12,67%	+13,66%	+22,9%	-26,21%

²⁰ El dato de progreso de 2024 se ha actualizado debido al recálculo de las emisiones de alcance 1 y 2 a fecha de publicación de los factores de emisión actualizados.

Meta 5. Alcanzar un 95% de consumo de electricidad de origen renovable en 2026, superando el 93% en los años previos (2025)

Esta meta, expresada en valor porcentual, hace referencia al consumo anual de electricidad del Grupo Atresmedia en sus operaciones propias, por lo que toma como año base el propio año en curso. Este compromiso está directamente relacionado con la apuesta de Atresmedia por el uso de energía de origen renovable. Dentro de este compromiso, existen metas intermedias. Concretamente, Atresmedia se ha comprometido a mantener al menos un 93% de energía eléctrica de origen renovable en los años 2024 y 2025.

Año	Objetivo	Consumo total de electricidad MWh	Electricidad renovable (GdO ²¹) MW/h	% de electricidad renovable
2024	+93%	27.962,19	26.144,79	93,5%
2025	+93%	27.523,64	26.485,69	96,23%
2026	95%	-	-	-

Meta 6. Incorporar progresivamente la huella de carbono de alcance 1+2 de los proveedores de Atresmedia en el cálculo de la categoría 1 de su alcance 3, hasta alcanzar los 49 proveedores en 2031 e incorporando, al menos, la de 7 proveedores en 2025

Esta meta, expresada en valor absoluto, pretende mejorar el cálculo que Atresmedia hace de las emisiones de carbono asociadas a la compra de bienes y servicios, reduciendo las estimaciones y, por ende, el nivel de incertidumbre. Para ello se ha comprometido a incorporar la huella de carbono de alcance 1+2 de parte de sus proveedores significativos en el cálculo de su huella de carbono, hasta ahora calculada únicamente con el gasto.

El año base sobre el que se ha establecido esta meta es 2025, y se plantea una mejora progresiva anual. Este objetivo, forma parte, además, de la financiación sindicada vinculada a objetivos de sostenibilidad del Grupo.

Año	Objetivo	Proveedores incorporados
2025	7	19
2031	49	-

Todas las metas²² se han fijado internamente y se revisan anualmente al cierre del ejercicio. El seguimiento del cumplimiento de cada meta es responsabilidad del departamento de Sostenibilidad.

EI-5: Consumo y combinación energéticos

A continuación, se detalla el consumo energético total del Grupo correspondiente a sus operaciones propias, con un desglose por tipo de fuente: fósil, nuclear y renovable. Esta información se complementa con el porcentaje que representa cada una de estas fuentes dentro de la combinación energética global.

Consumo y combinación energética

El consumo energético de Atresmedia en 2025 ha supuesto un total de 33.205,13 MWh (vs 33.742 en 2024), de los cuales el 81,5% procede de fuentes renovables (vs 80,7% en 2024). Esto incluye la electricidad con garantía de origen renovable que Atresmedia consume, la electricidad autogenerada y la proporción de energía renovable de la electricidad sin GdO restante según el Mix energético español en 2025 (55,5%) que lo eleva a 27.070,43.

²¹ Garantía de origen renovable.

²² Las metas de reducción establecidas por Atresmedia son metas brutas y no tienen en consideración el proyecto de mitigación financiado mediante la compra de créditos de carbono por parte del Grupo.

CONSUMO DE ENERGÍA ²³	2024	2025	Variación
Consumo total de energía procedente de fuentes fósiles (MWh)	6.141,61	5.941,43	-3,26%
% Proporción consumo total de energía fósil	18,2%	17,90%	0,00%
Consumo total de energía procedente de nucleares (MWh)	383,47	193,2633	0,00%
% Proporción de fuentes nucleares en el consumo total de energía	1,1%	0,60%	-45,45%
Consumo total de energía renovable (MWh)	27.217	27.052,25	-0,61%
Consumo de combustible por fuente renovable como la biomasa, biocombustible, biogás, hidrógeno renovable (MWh)	N/A	N/A	N/A
Consumo de electricidad, calor, vapor y refrigeración procedente de fuentes renovables (MWh)	27.217	27.052,25	-0,61%
Consumo de energía renovable autogenerada que no se utilice como combustible (MWh)	N/A	N/A	N/A
% Proporción de fuentes renovables (MWh)	80,7%	81,51%	1,01%
Consumo total de energía (MWh)	33.742,1	33.186,95	-1,65%

EI-6: Emisiones de GEI brutas de alcance 1, 2 y 3 y emisiones de GEI totales

Se detalla a continuación la información referente a las emisiones totales de GEI (Gases de Efecto Invernadero), incluyendo aquellas generadas directamente por las operaciones propias y las provenientes de etapas previas y posteriores de la cadena de valor. Además, se presentan desgloses adicionales que facilitan una mejor comprensión de estos datos.

En 2025 los esfuerzos realizados por el Grupo por mejorar su metodología de cálculo e incorporar progresivamente datos de la huella de carbono de sus proveedores, ha tenido como consecuencia una reducción significativa de las emisiones de alcance 3. Esta reducción se ha dado especialmente en la categoría 1, donde se ha incorporado información sobre la huella de carbono de 19 proveedores significativos del Grupo; y la categoría 15, donde se ha aplicado una mejora metodológica. Todo ello, le ha llevado a avanzar significativamente hacia el cumplimiento de sus objetivos.²⁴

Emisiones de GEI brutas en toneladas métricas equivalentes de CO₂²⁵:

Emisiones de GEI (TnCO ₂ eq)	Año base (2019)	2024 ²⁶	2025	Objetivo		Meta % anual / año base
				2030	2050	
Emisiones de GEI brutas de alcance 1 (tCO ₂ eq)	2.581,85	1.781,20	1.772,04	1.507,18	1.084,30	-80,96%
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en el mercado (tCO ₂ eq)	8.261,17	513,98	292,82			
Total 1+2	10.843,00	2.295,18	2.064,86			
Emisiones de GEI brutas de alcance 2 basadas en la ubicación (tCO ₂ eq)	7.100,12	7.913	7.789	N/A		
Emisiones de GEI de alcance 3						

²³ Para determinar la proporción de tipo de energía del consumo eléctrico sin GdO, se ha utilizado la proporción del MIX energético español.

²⁴ De no haberse realizado la mejora metodológica en la categoría 15, la reducción obtenida por el Grupo habría sido considerablemente inferior.

²⁵ Atresmedia no reporta emisiones de GEI procedentes de regímenes regulados del comercio de derechos de emisión porque no le aplica.

²⁶ Los datos de 2024 se han ido actualizado tras el recálculo de la huella de carbono de alcance 1+2 en abril, como consecuencia de la publicación por parte del MITRED de los factores de emisión correspondientes a dicho ejercicio.

Emisiones de GEI indirectas brutas totales (alcance 3) (tCO₂eq)	130.458,50	160.424,14	96.264,65			
1. Bienes y servicios comprados	78.313,90	92.246,86	71.094,43			
2. Bienes de capital	4.038,20	6.107,35	4.380,15			
3. Actividades relacionadas con combustibles y con la energía	1.893,80	342,72	462,62			
4. Transporte y distribución en fases anteriores	298	2.023,11	2,72			
5. Residuos generados en las operaciones	35,2	221,89	220,3			
6. Viajes de negocios	3.635,00	2.877,20	2.337,99			
7. Desplazamiento pendular de los asalariados	3.823,20	4.065,83	4.048,59	93.930,12	13045,85	-26,21%
8. Activos arrendados en fases anteriores	1458,8	2.853,78	1.679,81			
9. Transporte y distribución	N/A	N/A	N/A			
10. Transformación de los productos vendidos	N/A	N/A	N/A			
11. Utilización de los productos vendidos ²⁷	N/A	N/A	N/A			
12. Tratamiento al final de la vida útil de los productos vendidos	N/A	N/A	N/A			
13. Activos arrendados en fases posteriores	N/A	N/A	N/A			
14. Franquicias	N/A	N/A	N/A			
15. Inversiones	36.963,10	49.685,40	12.038,04			
Emisiones de GEI totales						
Emisiones de GEI totales (basadas en la ubicación) (tCO₂eq)	140.140,30	168.337,14	105.825,69	N/A	N/A	N/A
Emisiones de GEI totales (basadas en el mercado) (tCO₂eq)	141.301,50	162.719,32	98.329,51	N/A	N/A	N/A

Metodología de cálculo de las emisiones de GEI de Atresmedia

Atresmedia ha calculado sus emisiones de carbono de alcance 1 y alcance 2 según los factores de emisión más recientes publicados por el Ministerio de Transición Ecológica y el Reto Demográfico en el momento de la publicación del presente Informe. Para el alcance 3, el Grupo Atresmedia ha utilizado una combinación de factores de emisión procedentes de CEDA y DEFRA.

Alcance 1. Incluye las emisiones asociadas al uso de combustibles fósiles en las instalaciones fijas del Grupo; el uso de combustibles de la flota propia de Atresmedia y las emisiones fugitivas procedentes de los gases refrigerantes. Para calcularlas se han multiplicado los consumos de gas natural, gasóleo y gasolina, de cocinas, sistemas de climatización, grupos eléctricos y desplazamientos por el factor de emisión correspondiente, y las recargas de gases refrigerantes por el factor correspondiente. Tal y como se detalla en el capítulo NEIS 2 BP-2 parte de estas emisiones se han calculado con estimaciones.

Alcance 2. Para calcular las emisiones de alcance 2, se ha considerado el consumo total de electricidad de la organización. En las emisiones de mercado se ha tenido en cuenta la electricidad consumida con garantía de origen y autogenerada. Para el resto de consumo y para las emisiones *location-based*, se ha utilizado el factor de emisión proporcionado por el MITECO.

²⁷ A pesar de no incluirse en su estrategia Cero Neto y en la huella reportada, por la falta de capacidad para su reducción, Atresmedia calcula las emisiones de carbono asociadas al uso de productos. Estando esta detallada en el anexo del presente Informe, ascendiendo en 2025 a 18.557,61 toneladas de CO₂eq.

Alcance 3. La metodología varía según el origen y calidad del dato usado.

- La categoría 1 se ha calculado con un método combinado, incorporando la huella de carbono de parte de los proveedores significativos de Atresmedia. Para el resto de los gastos en bienes y servicios se ha hecho una estimación en base al gasto y el sector de actividad del proveedor.
- Las categorías 4, 2, 3, 8 y 15 han sido calculadas en base a datos económicos, tales como el gasto o la inversión, que han sido multiplicados por el factor de emisión disponible, ajustado según el tipo de actividad, servicio o bien.
- La categoría 3, ha sido calculada en base al consumo de energía que no está incluido en las categorías anteriores.
- La categoría 5 ha sido calculada según el peso de los residuos, el tratamiento recibido y el factor de conversión correspondiente según el tipo de residuo y destino. Además, se ha tenido en cuenta la parte proporcional de consumo de agua.
- La categoría 6 ha sido calculada teniendo en cuenta los kilómetros recorridos, así como las estancias en hoteles nacionales e internacionales. Cada dato ha sido multiplicado por el factor de emisión correspondiente teniendo en cuenta el tipo de transporte (ferroviario, avión, coche, taxi).
- La categoría 7 ha sido calculada en base a los datos de movilidad de los empleados, en los que se ha tenido en cuenta los desplazamientos a la oficina, el tipo de desplazamiento, vehículo y combustible, los kilómetros recorridos.
- La categoría 11, ha sido calculada en base al consumo de los contenidos de Atresmedia en los diferentes soportes digital, radio y televisión.

La intensidad de emisiones GEI asociada a dichas actividades se presenta a continuación:

Intensidad de emisiones de GEI (TnCO ₂ eq/miles de€)	2024	2025
Intensidad de emisiones de GEI (basadas en la ubicación) (TnCO ₂ eq)	0,166	0,1038
Intensidad de emisiones de GEI (basadas en el mercado) (TnCO ₂ eq)	0,159	0,0981

Para calcular la intensidad de emisiones se ha utilizado como numerador el total de emisiones generadas y como denominador el total de ingresos netos del ejercicio 2025 (véase la Nota 18 (a) de las CCAACC). La cifra se ha expresado en toneladas de CO₂ por miles de euros facturados.

EI-7: Absorciones de GEI y proyectos de mitigación de GEI financiados mediante créditos de carbono

Como parte de su estrategia de descarbonización, Atresmedia se ha comprometido a reducir un 90% sus emisiones de alcance 1+2 y sus emisiones de alcance 3, y a neutralizar el 10% restante correspondiente a sus emisiones residuales, mediante la inversión en proyectos de absorción de CO₂.

Asimismo, como se ha detallado en el apartado EI-4 y en consonancia con su estrategia Cero Neto, Atresmedia comenzó a compensar en 2024 las emisiones de CO₂ equivalentes correspondientes a sus emisiones fugitivas. Dichas compensaciones no se utilizan como medios para lograr las metas de reducción de las emisiones de GEI.

En este sentido, en el ejercicio 2025, Atresmedia ha compensado **223 tCO₂eq correspondiente a las emisiones fugitivas de la huella de carbono de 2024**. Esta compensación se ejecuta mediante la inversión en el proyecto de reforestación “Galicia Rexenera: Lapa Furada”, en la localidad de Vigo, el cual está inscrito en el Registro de huella de carbono, compensación y proyectos de absorción de dióxido de carbono del Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (MITERD), que hace entrega a Atresmedia de los derechos de emisión de 223t de CO₂eq. Con la firma del acuerdo, el propietario del proyecto se compromete a mantener las absorciones que han sido entregadas a Atresmedia durante un periodo de 30 años. Además, Atresmedia, gracias al acuerdo con Moeve, ha compensado parte de las emisiones de los desplazamientos de la flota de Uniprex y Atresmedia, concretamente 99,784 toneladas de CO₂.

Atresmedia compensará en 2026 las emisiones fugitivas correspondientes a su huella de carbono 2025. Los créditos de carbono procedentes de dicho proyecto de eliminación de tCO₂eq, provienen de sumideros biogénicos. Además, mantendrá el acuerdo con Moeve para compensar el 100% de las emisiones de los desplazamientos de su flota propia.

A continuación, se detalla la cantidad total de emisiones compensadas gracias al proyecto de mitigación en el que ha participado Atresmedia:

Créditos de carbono cancelados	2024	2025
Total (tCO ₂ eq)	165	322,784
Proporción de proyectos de eliminación (%)	100%	100%
Proporción de proyectos de reducción (%)	0%	0%
Norma de calidad reconocida: MITERD (%)	100%	66,66%
Proporción de proyectos dentro de la UE (%)	100%	66,66%
Proporción de créditos de carbono que pueden considerarse ajustes correspondientes	N/A	N/A

EI-8: Sistemas de fijación de precio interno del carbono

El Grupo Atresmedia no dispone de un sistema de fijación de precio interno del carbono y, por lo tanto, no le aplica la divulgación de la información asociada al presente requerimiento.

EI-9: Efectos financieros previstos de los riesgos físicos y de transición de importancia relativa y oportunidades potenciales relacionadas con el cambio climático

De acuerdo con el Apéndice C de la NEIS 1 y el Reglamento delegado “*quick fix*” del 11 de julio de 2025, Atresmedia no incluirá en el presente ejercicio la cuantificación de los efectos financieros previstos relacionados con los riesgos físicos y de transición. Esta exclusión se apoya en las disposiciones transitorias reforzadas por este Acto Delegado, que amplía la posibilidad de omitir esta información no solo durante el primer ejercicio de elaboración del Informe de Sostenibilidad, sino también para los ejercicios 2025 y 2026. En este periodo, el Grupo puede limitar el reporte a información cualitativa sobre estos riesgos, sin detallar los efectos financieros considerados, las hipótesis, metodologías o variables empleadas para su cuantificación.

Atresmedia espera avanzar progresivamente en la cuantificación de los efectos financieros de los riesgos climáticos para incorporar en el futuro información alineada con los requisitos establecidos en la CSRD.

2.2. Taxonomía de la Unión Europea

Antecedentes

La Taxonomía Europea fue aprobada en 2020 como pilar estratégico del Pacto Verde Europeo²⁸ y el Plan De Acción de Finanzas Sostenibles²⁹ de la UE, con el objetivo de financiar el crecimiento sostenible, orientando los flujos de capital hacia actividades que favorezcan la sostenibilidad.

Esta iniciativa, se ha establecido como la referencia principal para la **clasificación de las actividades económicas según su potencial impacto y contribución a la sostenibilidad**. A través del listado de actividades y el establecimiento de criterios técnicos específicos para cada actividad, las empresas, inversores y reguladores pueden obtener información más uniforme respecto a las actividades que contribuyen a la consecución de los objetivos ambientales y que por lo tanto están realizando una mayor contribución a la transición a una economía verde.

Contexto normativo

El **marco regulatorio** de la Taxonomía Europea se estableció mediante el **Reglamento (UE) 2020/852**³⁰, el cual crea un marco para facilitar las inversiones sostenibles. En este reglamento se definen dos objetivos climáticos:

- Mitigación del cambio climático.
- Adaptación al cambio climático.

Y cuatro ambientales:

- Uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos.
- Transición hacia una economía circular.
- Prevención y control de la contaminación.
- Protección y restauración de los ecosistemas y la biodiversidad.

A dicho reglamento le siguieron dos Reglamentos Delegados complementarios, el **Reglamento Delegado (UE) 2021/2139 del 4 de junio** y el **Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 del 6 de julio**³¹. En el primero, se detallaron aquellas actividades económicas que contribuían de forma sustancial a la mitigación del cambio climático y adaptación al mismo, estableciendo unos criterios técnicos de selección por actividad económica listada. En el segundo, se especificó el contenido y la presentación de la información que debían divulgar las empresas respecto a actividades económicas ambientalmente sostenibles, así como la metodología de cálculo de los indicadores a divulgar.

En 2023, el marco normativo se amplió de forma significativa. El **Reglamento Delegado (UE) 2023/2485** actualizó y amplió las actividades relacionadas con los objetivos climáticos, mientras que el **Reglamento Delegado (UE) 2023/2486** incorporó listados de actividades y criterios técnicos de selección para actividades que contribuyen de manera sustancial a los cuatro objetivos ambientales, introduciendo además ajustes en los requisitos de divulgación asociados.

Finalmente, el **Reglamento Delegado (UE) 2026/73 del 25 de julio**, aprobado en enero de 2026, de aplicación es voluntaria para la divulgación del ejercicio de 2025, introduce ajustes técnicos y aclaraciones adicionales en

²⁸ Pacto Verde Europeo

²⁹ Plan de Acción de Finanzas Sostenibles UE

³⁰ Dicha regulación establece una serie de requisitos de reporte para ciertas empresas participantes en los mercados financieros que ofrezcan productos financieros y empresas que estén sujetas a la obligación de publicar estados no financieros o estados no financieros consolidados de conformidad con los artículos 19 bis o 29 bis de la Directiva 2013/34/UE del Parlamento Europeo y del Consejo.

³¹ Modificado para la introducción de las actividades económicas del sector nuclear y del gas natural, mediante Reglamento Delegado (UE) 2022/1214 de la Comisión de 9 de marzo de 2022 por el que se modifica el Reglamento Delegado (UE) 2021/2139 en lo que respecta a las actividades económicas en determinados sectores energéticos y el Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 en lo que respecta a la divulgación pública de información específica sobre esas actividades económicas.

el marco de divulgación, con el objetivo de mejorar la coherencia, aplicabilidad y proporcionalidad de los requisitos de reporte de la Taxonomía.

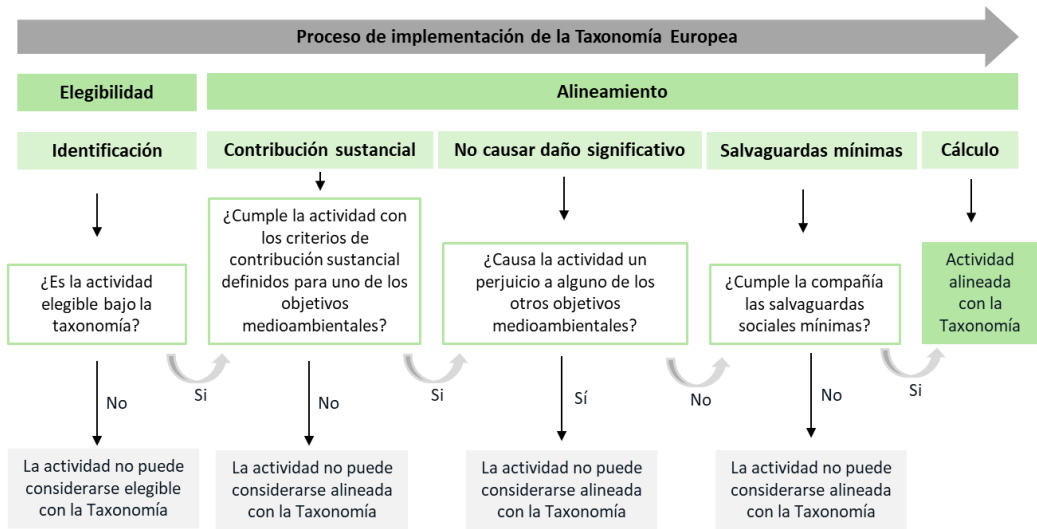
El análisis de la Taxonomía

La Taxonomía obliga a las empresas a realizar un análisis anual de su grado de cumplimiento, utilizando dos criterios clave: elegibilidad y alineamiento, y a reportar los resultados en su informe.

- **Actividades elegibles:** una actividad económica es elegible si cumple con la descripción de alguna de las actividades recogidas en los anexos de los mencionados reglamentos.
- **Actividades alineadas:** el alineamiento de una actividad indica que cumple con los criterios técnicos que garantizan su contribución de sustancial a uno o más de los objetivos medioambientales definidos por la Comisión Europea y su cumplimiento con el principio de no causar un perjuicio significativo al resto de objetivos (por sus siglas en inglés, DNSH) y con unas salvaguardas mínimas sociales

Adicionalmente, el **Reglamento 2021/2178** también determinó los indicadores clave de resultados (*KPIs*) que deben reportarse, como la proporción de actividades elegibles o alineadas con respecto al total de la empresa, tanto en términos de **volumen de negocios**, como de **CapEx** y **OpEx**.

El proceso de implementación de la Taxonomía se detalla a continuación:



Por otro lado, los requisitos de aplicación de las obligaciones de la Taxonomía han ido evolucionando, en este sentido, y tras la aprobación del **Reglamento Delegado (UE) 2026/73**, en 2025 Atresmedia se acogerá a la exención de evaluar la conformidad con los criterios técnicos de selección establecidos en los Reglamentos Delegados (UE) 2021/2139 y (UE) 2023/2486 de las actividades económicas que, desde el punto de vista financiero, carezcan de importancia relativa significativa para su negocio.

Por último, cabe destacar que en la aplicación de la Taxonomía Europea y en los cálculos de los *KPIs*, se ha considerado, al igual que en el resto del Informe, la actividad de **Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A. y sociedades dependientes** conforme con el perímetro incluido en sus Cuentas Anuales Consolidadas.

Alcance de la Taxonomía

Como grupo de comunicación audiovisual, Atresmedia no tiene un elevado potencial de impacto sobre el cambio climático, no obstante, su actividad y su posición de liderazgo en España le permite sensibilizar e informar a su audiencia sobre aspectos relacionados con el mismo. Por ende, la actividad del Grupo se considera como una actividad facilitadora dentro de la Taxonomía Europea. Aun así, el Grupo desarrolla distintas medidas que contribuyen a la mitigación al cambio climático, tal y como se recoge en el capítulo E1

del presente informe. A pesar de que estas actividades puedan ser elegibles y alinearse con alguno de los objetivos de mitigación de la Taxonomía, tal y como se ha reportado en años anteriores, en 2025, y en vista de la publicación del **Reglamento Delegado (UE) 2026/73 del 25 de julio**, Atresmedia ha decidido acogerse a la exención de reporte de alineamiento cuando la cuantía total de la cifra elegible (CapEx, OpEx o ingresos) no supere el 10% de la cifra total del negocio.

La actividad principal del Grupo se basa en la **producción, distribución y emisión de contenido audiovisual**, difundido a través de sus canales tradicionales de televisión en abierto, sus emisoras de radio y su plataforma digital de vídeo bajo demanda, **atresplayer**. En el plano de la publicidad, el Grupo Atresmedia explota sus canales de distribución a través de **Atres Advertising**, y través de su filiales **SmartClip**, que realiza la venta de diversas modalidades de publicidad en internet en soportes de terceros o H2H centrada en el negocio de Marketing de *Influencers*. Atresmedia participa, además, en **otros negocios** como la producción de contenido cinematográfico, la explotación de contenidos en la plataforma propia de vídeo bajo demanda (*Atresplayer Premium*), la organización de eventos o la venta de contenido producido por el Grupo a otras televisiones o plataformas.

De conformidad con los criterios del Reglamento de Taxonomía, Atresmedia únicamente puede realizar el análisis de Taxonomía en los negocios que no dependen de la publicidad y que incluyen principalmente, la creación, producción y distribución de contenidos en la plataforma *atresplayer* (que replica la emisión de sus 6 canales en abierto en TV) y su canal Internacional.

Análisis de la elegibilidad

Atresmedia ha analizado todas aquellas actividades, inversiones en activos y gastos operativos ejecutados durante 2025 potencialmente elegibles, identificando si las mismas están relacionadas con las actividades taxonómicas enunciadas en cualquiera de los seis objetivos medioambientales del Reglamento.

Tras realizar dicho análisis tomando en consideración la información proporcionada por las distintas áreas de Atresmedia, se han identificado las siguientes **actividades elegibles** que cumplen con el **Reglamento Delegado 2021/2139 del 4 de junio de 2021**:

1. Actividades que pueden contribuir de forma sustancial a la adaptación al cambio climático:

- **8.3** Actividades de programación y emisión de radio y televisión.
- **13.3** Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical.

Como se determinó en ejercicios anteriores, **la actividad principal** de Atresmedia (creación y emisión de contenido tanto informativo como de entretenimiento, además de distribución por diversos canales audiovisuales como la televisión, el cine o las plataformas digitales; además de la radio), está relacionada con los descriptivos de **las actividades 8.3 y 13.3** del objetivo de adaptación al cambio climático y, por lo tanto, estas se consideran actividades elegibles. Dichas actividades generan ingresos para el Grupo, además de contar con inversiones significativas (CapEx) y gastos de mantenimiento (OpEx) asociados a las mismas. Dada la complejidad de discernir a qué actividad en concreto se asocian los importes monetarios reportados, Atresmedia reporta la contribución a ambas actividades de forma combinada.

2. Actividades que pueden contribuir de forma sustancial a la mitigación del cambio climático:

- **7.3** Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética.
- **7.4** Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios).

En 2025, Atresmedia ha llevado a cabo inversiones en equipos que mejoran la eficiencia energética, tales como luminarias o equipos de climatización, así como en la compra de placas solares para el autoabastecimiento eléctrico; y operaciones de mantenimiento en los puntos de recarga para vehículos eléctrico y en sus instalaciones, elegibles según los criterios de la taxonomía. Sin embargo, considerando los umbrales mínimos definidos el artículo 1 del **Reglamento Delegado (UE) 2026/73, de 4 de julio de 2025**, los gastos operativos e inversiones asociadas a estas actividades en el año 2025 carecen de importancia relativa significativa para su modelo de negocio, y, por tanto, no se llevará a cabo la evaluación de su elegibilidad ni de su alineamiento. En

el apartado de indicadores de la taxonomía se aporta información más detallada sobre esta exención en el reporte.

Análisis del alineamiento

Una vez analizada la elegibilidad Atresmedia ha realizado el análisis del alineamiento, revisando el cumplimiento de los criterios de contribución sustancial de las actividades elegibles, el criterio de no causar un perjuicio significativo sobre el resto de los objetivos medioambientales (*DNSH*, por sus siglas en inglés), y las salvaguardas mínimas sociales.

Como se ha mencionado anteriormente. El ejercicio de alineamiento únicamente se ha realizado para las actividades elegibles. 8.3 y 13.3.

Cumplimiento de los criterios de contribución sustancial

Para el análisis de cumplimiento de la **contribución sustancial a la adaptación al cambio climático** de las actividades 8.3 y 13.3, la empresa ha de identificar los riesgos climáticos materiales respecto a la actividad enumerados en el **apéndice A** de la Taxonomía³².

Atresmedia, tal y como se detalla en el capítulo E1 del presente informe, ha realizado en 2025 un análisis de riesgos climáticos físicos basado en escenarios SSP para todos sus activos (245 activos en total), evaluando la criticidad que estos presentan ante 11 variables climáticas físicas crónicas y agudas. Esta evaluación de la criticidad se ha llevado a cabo atendiendo al grado de exposición, la probabilidad de ocurrencia y la vulnerabilidad de cada activo para cada una de las variables climáticas analizadas. Dicho análisis, que ha contemplado los marcos temporales de corto plazo (hasta 2040), medio plazo (2040-2070) y largo plazo (2070-2100), se ha realizado analizando dos escenarios climáticos físicos: el SSP2-4.5 y el SSP5-8.3 (en el que los esfuerzos en mitigación conducen a un nivel de forzamiento muy bajo) y considera todos los factores de riesgos detallados en el **apéndice A** de la Taxonomía.

Como parte del análisis se concluyó que los centros emisores eran los activos del Grupo que podían verse afectados en mayor medida a los efectos de los riesgos climáticos físicos. Tan solo un activo, presentó un riesgo crítico frente a fuertes rachas de viento. Además, se estudiaron las medidas de resiliencia propias del negocio y específicas de cada tipología de activo y se concluyó que la resiliencia del negocio frente a estos riesgos era elevada. Esto se hizo de la siguiente forma:

- 1- analizando los factores de riesgos, en los diferentes escenarios y marcos temporales mencionados;
- 2- traduciendo las implicaciones de los factores de riesgos físicos del cambio climático en riesgos operativos y financieros para el Grupo y;
- 3- evaluando la criticidad de estos.

Gracias a este análisis de riesgos climáticos físicos se confirma el **cumplimiento de los criterios de contribución sustancial** a la adaptación del cambio climático de las actividades **8.3** y **13.3**.

Cumplimiento de los criterios de no causar un perjuicio significativo (DNSH)

La Taxonomía considera que las actividades **8.3** y **13.3** del objetivo de adaptación al cambio climático, no son susceptibles de causar un daño significativo en el resto de los objetivos, por lo tanto, no ha sido necesario un análisis adicional de estos criterios para determinar el alineamiento de dichas actividades.

³² Reglamento Delegado (UE) 2021/2139 por el que se establecen los criterios técnicos de selección para determinar las condiciones en las que se considera que una actividad económica contribuye de forma sustancial a la mitigación del cambio climático o a la adaptación al mismo, y para determinar si esa actividad económica no causa un perjuicio significativo a ninguno de los demás objetivos ambientales.

Cumplimiento de los criterios de las salvaguardas mínimas sociales

Para finalizar el análisis de alineamiento de la Taxonomía Atresmedia ha evaluado el cumplimiento del Grupo con las salvaguardas mínimas sociales. Estas se analizan a nivel corporativo y están recogidas en el **artículo 18 del Reglamento Delegado 2020/852**³³, divididas en cuatro grandes bloques temáticos:

- Derechos Humanos.
- Competencia justa.
- Impuestos y fiscalidad.
- Corrupción y soborno.

Atresmedia cuenta con un **Código de Conducta** que recoge el compromiso de desarrollar sus actividades empresariales y profesionales de acuerdo con la legislación vigente y garantizando el respeto, la protección y el cumplimiento de los Derechos Humanos, la colaboración transparente con proveedores, y la lucha contra la corrupción, la evasión de impuestos, la competencia desleal. El Grupo también dispone del Canal de Consultas y Denuncias que se encuentra a disposición de todos sus *stakeholders* garantizando el correcto cumplimiento de la legislación vigente en la materia. Tanto el Código, como el canal forman parte del Modelo de Cumplimiento Normativo del Grupo, que incluye además un Protocolo Anticorrupción y otros mecanismos para garantizar el buen desarrollo de la actividad empresarial.

Adicionalmente, Atresmedia dispone de diferentes políticas internas que reafirman y complementan el compromiso establecido en el Código de Conducta, como la Política de Recursos Humanos, la Política General de Sostenibilidad, la Política de Publicidad Responsable o la Política Fiscal. Además, desde 2015, Atresmedia es firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, lo que refuerza su compromiso público con el respeto a los derechos humanos.

Con el objetivo de extender este compromiso y las buenas prácticas del Grupo a su cadena de valor, Atresmedia incluye en sus contratos con proveedores de bienes, servicios y contenidos cláusulas contractuales relacionadas con esta materia y, en el caso de los proveedores de contenidos cuenta además con un modelo de homologación ([ver Capítulo-G1](#)).

Por otro lado, Atresmedia cuenta con un sistema interno de control de la Información Financiera y un Protocolo de Operaciones de Especial Trascendencia Tributaria para velar por el buen desarrollo de la actividad económica.

En cuanto a la protección de su audiencia, el Grupo pone en marcha diferentes medidas y mecanismos orientados a garantizar que sus espacios son seguros y accesibles para todos (Véase apartado S4-4), entre los que se encuentran los mecanismos de protección al menor, la accesibilidad del contenido o la lucha contra la desinformación.

Asimismo, Atresmedia dispone de un proceso de Debida Diligencia en materia de Derechos Humanos, desarrollado en 2023, en el que se identificaron las cuestiones destacadas (*salient issues*, por su nomenclatura en inglés) en las que se debía reforzar sus mecanismos de control (para más información, véase el requisito de divulgación S2-4 de la NEIS S2 Trabajadores de la cadena de valor), y se confirmó que el Grupo Atresmedia no genera ningún impacto adverso sobre los Derechos Humanos.

En este sentido, Atresmedia concluye que sus procedimientos están alineados con los principios y buenas prácticas en materia de Derechos Humanos; competencia justa; impuestos y fiscalidad y corrupción y soborno.

³³ "Las garantías mínimas serán los procedimientos aplicados por una empresa que lleve a cabo una actividad económica para garantizar la conformidad con las Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales y de los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre las empresas y los derechos humanos, incluidos los principios y derechos establecidos en los ocho convenios fundamentales a que se refiere la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo y la Carta Internacional de Derechos Humanos".

Indicadores de la Taxonomía

Consideraciones generales

Tras el análisis de elegibilidad y alineamiento, Atresmedia ha calculado el porcentaje de **volumen de negocio, CapEx y OpEx**, de las actividades elegibles y alineadas de los objetivos de mitigación del cambio climático y adaptación al mismo. Todo ello, atendiendo al **Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 del 6 de julio**, y al **Reglamento Delegado (UE) 2026/73, de 4 de julio de 2025**.

Para llevar a cabo el análisis, Atresmedia ha empleado la **información consolidada del Grupo**, la cual incluye en el alcance la totalidad de las sociedades que consolidan, sin considerar las transacciones *intercompany*. La identificación de las partidas de los tres indicadores clave, se ha basado en los criterios corporativos de control de gestión.

Cabe destacar que, para lograr mayor fidelidad en la información reportada, Atresmedia ha tenido en cuenta las consideraciones necesarias para **evitar la doble contabilidad**:

- Las principales fuentes de información son la información contable y de gestión, utilizadas para la cuenta de resultados consolidada basada en el formato de reporte externo para la Comisión Nacional del Mercado de Valores.
- Para el análisis de esta información contable se han realizado comprobaciones de los subtotales, con el objetivo de garantizar que se esté incluyendo en todo momento la totalidad de la información.

Dado que la actividad habitual de Atresmedia comprende tanto la programación y emisión de radio y televisión, como la producción de contenidos audiovisuales para sus distintas plataformas, canales y emisoras, desde el punto de vista contable resulta complejo discriminar las partidas vinculadas a las actividades 8.3 y 13.3. Del mismo modo, de acuerdo con la descripción del reglamento de estas actividades, los criterios técnicos de selección son idénticos para ambas, los KPIs de ambas actividades se calculan y reportan de forma conjunta.

Por otra parte, de acuerdo con lo detallado en el artículo 1 del **Reglamento Delegado (UE) 2026/73**, y como se ha explicado con anterioridad, Atresmedia no ha llevado a cabo en el presente ejercicio el cálculo de los indicadores financieros correspondientes a las siguientes actividades taxonómicas:

- **7.3. Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética:** las inversiones en activos fijos y los gastos operativos relacionados con dichas actividades económicas identificados como elegibles son inferiores al 10 % del denominador del ICR de su CapEx y OpEx, respectivamente. Por lo tanto, **no se evaluará el porcentaje de elegibilidad y alineamiento** asociado al CapEx y OpEx de esta actividad económica.
- **7.4. Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios):** los gastos operativos relacionados con el mantenimiento de dichas actividades económicas identificados como elegibles son inferiores al 10 % del denominador del ICR de su OpEx. Por lo tanto, **no se evaluará el porcentaje de elegibilidad y alineamiento** asociado al OpEx de esta actividad económica.

Porcentaje de elegibilidad y alineamiento del volumen de negocio

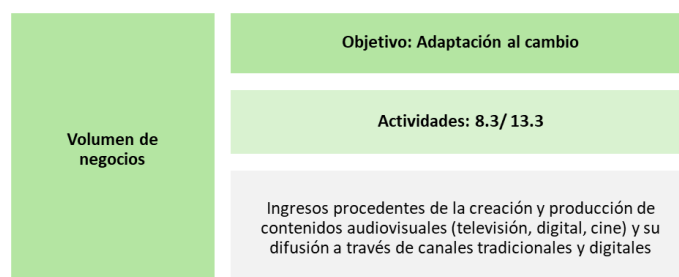
Elegibilidad

El indicador del volumen de negocios, recogido en la sección 1.1.1 del **Anexo I del Acto Delegado 2021/2178 del 6 de julio de 2021** define el numerador como la parte del volumen de negocio neto derivado de productos o servicios, incluidos los inmateriales, asociados con actividades económicas que se ajustan a la taxonomía y, el denominador, se compone de los ingresos reconocidos con arreglo a la NIC 1 párrafo 82, letra a. Teniendo en cuenta dichas definiciones, se ha procedido al cálculo de la siguiente forma:

- **Numerador:** Para su cálculo, en lo que se refiere al ejercicio de **elegibilidad**, se ha adoptado el escenario más restrictivo por el que no se ha tenido en cuenta la venta de espacios publicitarios, es decir, se han considerado únicamente las partidas contables ligadas a la producción y distribución de contenidos.

- **Denominador:** Atresmedia ha considerado la Nota 20 de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo, tanto para elegibilidad como para alineamiento.

En el año 2025, el volumen de negocio de Grupo Atresmedia considerado **elegible** está ligado únicamente a las actividades **8.3 y 13.3** por ser generadoras de ingresos:



Para el cálculo del numerador elegible de estas actividades, consideradas facilitadoras a la adaptación del cambio climático, el Grupo ha identificado:

- Aquellos contenidos emitidos que aumentan la sensibilización de la sociedad filtrando el contenido vinculado a conceptos asociados al cambio climático como subida del nivel del mar, aumento de temperatura, estrés hídrico, olas de calor o inundaciones, entre otros³⁴.
- El contenido meteorológico emitido por el Grupo Atresmedia tanto las secciones meteorológicas de los espacios informativos, como la programación relacionada con el clima (por ejemplo, Mundo Braseró).

El porcentaje de elegibilidad del ejercicio 2025 ha sido del 9,35% (93.750 miles de €). La variación interanual de los ingresos elegibles ha resultado de un 1,38%, debido a un aumento de los ingresos por parte de la producción y distribución de contenido.

Alineamiento

A la hora de calcular el **numerador para el alineamiento**, se ha estimado el número de horas de emisión de contenidos relacionados con los conceptos clave asociados con la adaptación al cambio climático, centrandó el estudio en las producciones propias que generan ingresos no asociados a publicidad (atresplayer y Canal Internacional). El tiempo del contenido alineado se ha multiplicado por el ingreso/hora de estas plataformas, obteniendo el total de ingresos alineados con la taxonomía.

Tras este análisis se ha concluido que el volumen de negocio de las actividades ambientalmente sostenibles y que, por tanto, alineadas con la taxonomía en 2025 es del 0,02%, lo que supone unos ingresos alineados de 243,37 miles de €, un 4,16% superior al importe de 2024.

Porcentaje de elegibilidad y alineamiento del CapEx

Elegibilidad

El indicador de la proporción de CapEx (inversiones en activos fijos) corresponde a activos o procesos asociados a actividades económicas contempladas por la Taxonomía.

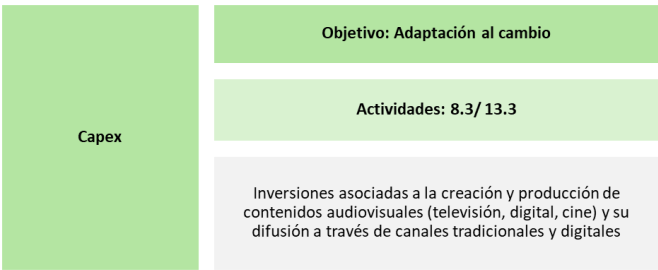
Tanto para el cálculo del porcentaje de elegibilidad como el de alineamiento, se empleará como denominador el resultado de contabilizar todas las altas en activos materiales (de acuerdo con NIC 16 Inmovilizado material, párr. 73), intangibles (de acuerdo con NIC 38 Activos intangibles, párr. 118) y activos por derecho de uso (de acuerdo con NIIF 16, párr. 53(h)), antes de depreciaciones, amortizaciones y posibles nuevas valoraciones, con exclusión de los cambios de valor razonable. El denominador también incluirá las adiciones a los activos tangibles e intangibles que resulten de combinaciones de negocios.

³⁴ Los conceptos asociados están alineados con los factores de riesgo identificados en el apéndice A del RD (UE) 2021/2139.

Las altas de activos materiales e intangibles no incluyen las inversiones en inmovilizado en curso. Estas se consideran como CapEx únicamente cuando el activo está finalizado y en condiciones de uso, manteniendo este criterio de forma consistente con ejercicios anteriores. En este sentido, no son aplicables las consideraciones sobre inversiones inmobiliarias, agricultura y arrendamientos según las normas contables NIC 40, NIC 41 y NIIF 16 respectivamente. Teniendo en cuenta dichas definiciones, se ha procedido al cálculo del porcentaje de elegibilidad de la siguiente forma:

- **Numerador de las actividades 8.3 y 13.3:**
 - Se han considerado aquellas inversiones en activos fijos materiales relacionadas con inversiones en material técnico como equipamiento de vídeo y audio para televisión y radio, así como otras inversiones en otras instalaciones y utillaje. Adicionalmente, se han considerado las adiciones en activos intangibles vinculadas a las aplicaciones informáticas (directamente relacionadas con la actividad de difusión), a la plataforma *Atresplayer*, los sistemas digitales, las aplicaciones de radio y el desarrollo de sitios web, así como la producción de audiovisuales.
 - Al igual que en el ejercicio anterior, se han considerado como no elegibles las inversiones en activos fijos materiales relacionados con la adquisición de terrenos y construcciones, las adquisiciones de mobiliario, equipos para procesos de la información, así como las inversiones en activos fijos materiales e intangibles relacionados con la propiedad industrial y otras aplicaciones informáticas.

En resumen, las inversiones de Grupo Atresmedia consideradas como **elegibles y evaluadas su porcentaje de elegibilidad** en el ejercicio 2025, se han vinculado a las actividades 8.3 y 13.3 del anexo de adaptación al cambio climático:



El porcentaje de elegibilidad del CapEx evaluado en el ejercicio 2025 ha sido de un total de 54,70%. La variación interanual ha resultado de un decrecimiento del 24,56%. debido al aumento significativo de la inversión por parte del Grupo en materia de producciones audiovisuales en 2024 (CapEx intangible), y al porcentaje de CapEx no evaluado en el presente ejercicio (8,32%).

Alineamiento

- **Numerador para el alineamiento de las actividades 8.3 y 13.3:** Para el cálculo se ha partido de una estimación del CapEx elegible asociado a producciones propias de Atresmedia (% de costes de producción propia). A este CapEx de producción propia, se le ha multiplicado un proxy adicional en línea con el empleado para el cálculo del volumen de negocio, estimándose las horas de emisión de programación bajo etiquetado relacionado con la adaptación al cambio climático sobre el total de horas de emisión.

En el año 2025, tras el ejercicio de alineamiento, se ha concluido que el CapEx evaluado de actividades ambientalmente sostenibles que está alineado con la taxonomía es del 0,44% (101.453€). La variación interanual del CapEx alineado ha sido de un total de -13,4%.

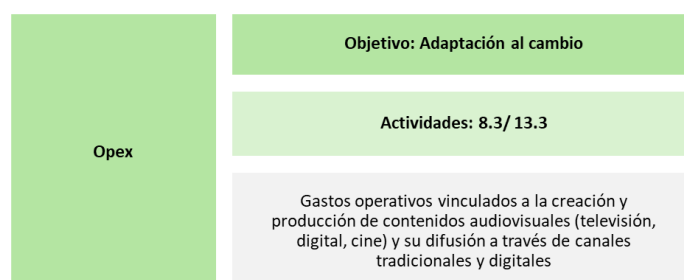
Porcentaje de elegibilidad y alineamiento del OpEx

Elegibilidad

El indicador de la proporción de OpEx se define como la proporción de gastos operativos o de mantenimiento vinculados a aquellos activos o procesos que están asociados a actividades económicas contempladas por la Taxonomía. Teniendo esto en cuenta, se ha procedido al cálculo de la siguiente forma:

- **Denominador:** Para este cálculo, empleado tanto para el ejercicio de elegibilidad, como de alineamiento, se incluyen las partidas contables de las cuentas 621 y 622 que recoge los costes directos no capitalizados que se relacionan con el mantenimiento y las reparaciones, así como otros gastos directos relacionados con el mantenimiento diario de activos del inmovilizado material que son necesarios para garantizar el funcionamiento continuado y eficaz de dichos activos.
- **Numerador de elegibilidad de las actividades 8.3 y 13.3:** Se han incluido en este la reparación y conservación de instalaciones técnicas de sistemas de producción, aplicaciones informáticas, elementos de transportes, asociados estos últimos a la radio principalmente, al igual que en el ejercicio anterior. Además, al igual que en reportes anteriores, se incluyen como elegibles los arrendamientos a corto plazo de edificios, oficinas, e instalaciones para la producción y el arrendamiento de equipos técnicos como equipos de producción de vídeo, producción de sonido, iluminación, captación de imagen, unidades móviles, y finalmente los arrendamientos de escenografía. Por último, no se incluyen dentro de las actividades elegibles la reparación y conservación de mobiliario y enseres y de equipos de oficina. Asimismo, han quedado excluidos los conceptos de otros arrendamientos, como el de vehículos y de equipos informáticos.

Los gastos operativos de Grupo Atresmedia considerados como **elegibles y evaluados su porcentaje de elegibilidad** en el ejercicio 2025 se han vinculado a las actividades **8.3 y 13.3** del anexo de adaptación al cambio climático:



El porcentaje de elegibilidad del OpEx del ejercicio 2025 ha sido del 68,67%. La variación interanual del importe de OpEx elegible ha sido de un 3,31% debido un leve aumento de los gastos de mantenimiento del Grupo relacionados con la producción y distribución de contenido.

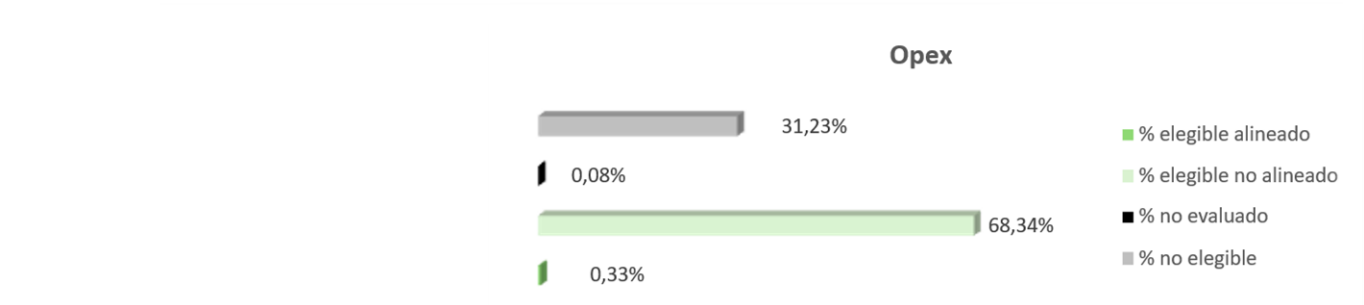
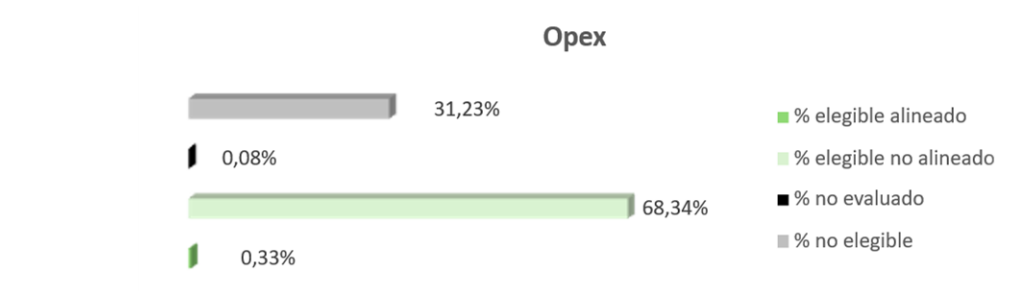
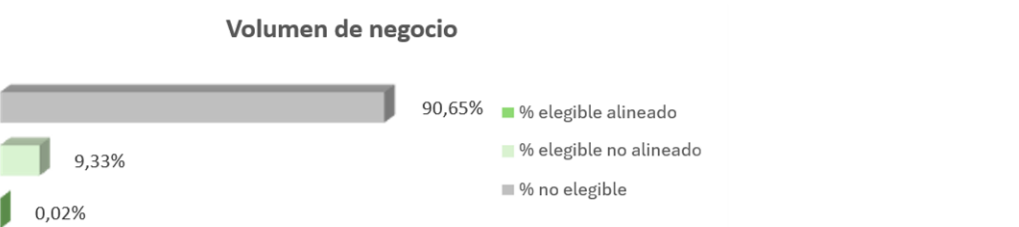
Alineamiento

- **Numerador para el alineamiento de las actividades 8.3 y 13.3:** Al igual que para el cálculo del numerador del CapEx, para el cálculo del OpEx alineado de las actividades **8.3 y 13.3**, se ha multiplicado el importe estimado de OpEx elegible asociado a producciones propias (% de costes de producción propia) por el *proxy* asociado a los contenidos que cumplen los criterios técnicos de selección.

Finalmente, tras el ejercicio de alineamiento del año 2025, se ha concluido que el OpEx de actividades ambientalmente sostenibles que está alineado con la Taxonomía es del 0,33% (76.154,36€). La variación del importe de OpEx alineado ha sido de un total de -0,28%.

Resultado de los indicadores clave 2025: Volumen de negocio, CapEx y OpEx

	Proporción de volumen de negocios / volumen de negocios total		Proporción de CapEx / CapEx total		Proporción de OpEx / OpEx total	
	que se ajusta a la Taxonomía por objetivo	elegible según la taxonomía por objetivo	que se ajusta a la Taxonomía por objetivo	elegible según la taxonomía por objetivo	que se ajusta a la Taxonomía por objetivo	elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CCA	0,02%	9,35%	0,28%	54,70%	0,33%	68,67%
WTR	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CE	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PPC	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
BIO	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%



Resumen de la proporción del volumen de negocios, las CapEx y los OpEx procedentes de productos o servicios asociados a actividades económicas elegibles según la taxonomía o que se ajustan a ella

Ejercicio financiero (2025)															
ICR	Total	Proporción de actividades elegibles según la taxonomía	Actividades que se ajustan a la taxonomía	Proporción de actividades que se ajustan a la taxonomía	Desglose de las actividades que se ajustan a la taxonomía por objetivos medioambientales						Proporción de actividades facilitadoras	Proporción de actividades de transición	Actividades no evaluadas consideradas carentes de importancia relativa significativa	Actividades que se ajustan a la taxonomía en el ejercicio anterior (N-1)	Proporción de actividades que se ajustan a la taxonomía en el ejercicio anterior (N-1)
					Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía Circular	Contaminación	Biodiversidad					
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)
Texto	Miles de €	%	Miles de €	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	Miles de €	%
Volumen de negocios	1.002.231,52	9,35	243,38	0,02	0	0,02	0	0	0	0	0,02	0	0	233,66	0,02
CapEx	23.294.98	54,70	65,04	0,28	0	0,28	0	0	0	0	0,28	0	8,32	182,89	0,51
OpEx	22.936,94	68,67	76,15	0,33	0	0,33	0	0	0	0	0,33	0	0,08	76,36	0,34

Desglose del volumen de negocios procedentes de productos o servicios asociados a actividades económicas elegibles según la taxonomía o que se ajustan a ella

ICR Volumen de Negocios													
Ejercicio financiero (2025)													
Actividades económicas	Código	ICR elegible según la taxonomía (proporción del volumen de negocios elegible según la taxonomía)	ICR que se ajusta a la taxonomía (valor monetario del volumen de negocios)	ICR que se ajusta a la taxonomía (proporción del volumen de negocios que se ajusta a la taxonomía)	Desglose de las actividades que se ajustan a la taxonomía por objetivos medioambientales						Actividad facilitadora	Actividad de transición	Proporción del ICR elegible según la taxonomía que se ajusta a la taxonomía
					Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía Circular	Contaminación	Biodiversidad			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Texto		%	Miles de €	%	%	%	%	%	%	%	("E", cuando proceda)	("T", cuando proceda)	%
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	9,35	243,38	0,02	0	0,02	0	0	0	0	E		0,26
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3										E		
Suma de la adaptación por objetivo					0	0,02	0	0	0	0			
ICR total (Volumen de Negocios)				0,02	0	0,02	0	0	0	0	0,02	0	0,26

Desglose de las CapEx procedentes de productos o servicios asociados a actividades económicas elegibles según la taxonomía o que se ajustan a ella

ICR CapEx													
Ejercicio financiero (2025)													
Actividades económicas	Código	ICR elegible según la taxonomía (proporción del CapEx elegible según la taxonomía)	ICR que se ajusta a la taxonomía (valor monetario del CapEx)	ICR que se ajusta a la taxonomía (proporción del CapEx que se ajusta a la taxonomía)	Desglose de las actividades que se ajustan a la taxonomía por objetivos medioambientales						Actividad facilitadora	Actividad de transición	Proporción del ICR elegible según la taxonomía que se ajusta a la taxonomía
					Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía Circular	Contaminación	Biodiversidad			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Texto		%	Miles de €	%	%	%	%	%	%	%	("E", cuando proceda)	("T", cuando proceda)	%
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	54,70	65,04	0,28	0	0,28	0	0	0	0	E		0,55
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3										E		
Suma de la adaptación por objetivo					0	0,28	0	0	0	0			
ICR total (CapEx)				0,28	0	0,28	0	0	0	0	0,28	0	0,55

Desglose de los OpEx procedentes de productos o servicios asociados a actividades económicas elegibles según la taxonomía o que se ajustan a ella

ICR OpEx													
Ejercicio financiero (2025)													
Actividades económicas	Código	ICR elegible según la taxonomía (proporción del OpEx elegible según la taxonomía)	ICR que se ajusta a la taxonomía (valor monetario del OpEx)	ICR que se ajusta a la taxonomía (proporción del OpEx que se ajusta a la taxonomía)	Desglose de las actividades que se ajustan a la taxonomía por objetivos medioambientales						Actividad facilitadora	Actividad de transición	Proporción del ICR elegible según la taxonomía que se ajusta a la taxonomía
					Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Economía Circular	Contaminación	Biodiversidad			
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)
Texto		%	Miles de €	%	%	%	%	%	%	%	("E", cuando proceda)	("T", cuando proceda)	%
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	68,87	76,15	0,33	0	0,33	0	0	0	0	E		0,48
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3										E		
Suma de la adaptación por objetivo					0	0,33	0	0	0	0			
ICR total (CapEx)				0,33	0	0,33	0	0	0	0	0,33		0,48

3. Información Social

NEIS SI Personal Propio

Desde que su actividad comenzara hace ya 35 años con el nacimiento de Antena 3, el crecimiento del Grupo Atresmedia se ha consolidado en términos económicos y de audiencia, pero también en términos de talento y profesionalidad del personal propio que lo compone. En todos estos años, el compromiso, la experiencia y la cualificación de las personas que han formado y forman parte de Atresmedia han supuesto una piedra angular de su éxito y crecimiento. Consciente de ello, el Grupo trabaja por responder a sus inquietudes, cerrar acuerdos e impulsar actuaciones para mejorar sus condiciones laborales, garantizar la seguridad y la salud de sus profesiones y formar y fidelizar el talento, siendo desde su creación un entorno especialmente garante de la innovación, la creatividad y la diversidad.

Estos compromisos se han extendido a los empleados de las sociedades que, de forma progresiva, se han ido incorporando al Grupo Atresmedia, quienes pueden disfrutar de las actuaciones que este desarrolla para sus asalariados, siempre atendiendo a la naturaleza de su negocio y a la relación con la matriz. Estas actuaciones, así como los mecanismos puestos en marcha para colaborar con su personal propio, se detallan a lo largo del presente capítulo.

Estrategia

NEIS 2 SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas

Atresmedia considera que la excelencia en la gestión de personas contribuye de manera fundamental al éxito de una empresa. La estrategia de Recursos Humanos de Atresmedia pone el foco en las personas y en atraer y fidelizar el talento, entendiendo que su correcta gestión es esencial para que un negocio sea sostenible y pueda cumplir con otras prioridades estratégicas. En Atresmedia los cargos directivos, basándose en su conocimiento del negocio y en la evolución del sector, proponen líneas de actuación que son consideradas en el desarrollo de la estrategia empresarial.

Además, el Grupo se asegura de considerar los intereses y opiniones de sus asalariados y tenerlos en cuenta a la hora de abordar algunas cuestiones relacionadas con el negocio, como pueden ser los acuerdos colectivos, las mejoras en las condiciones laborales, etc. Por ello, pone en marcha diferentes mecanismos de comunicación, entre los que se encuentran:

1. **Sesiones de trabajo y co-creación.** Los asalariados de Atresmedia colaboran en diferentes proyectos estratégicos del Grupo aportando su opinión y visión sobre determinados aspectos que afectan a su relación con la empresa. Por ejemplo, en 2023, el Grupo llevó a cabo una sesión de trabajo para recoger las principales preocupaciones de sus asalariados, dando lugar a los IRIS (iniciativas de rápida implementación). Las medidas identificadas en este proyecto se están poniendo en marcha de forma progresiva. Del mismo modo, una representación de los empleados participó directamente en el primer estudio de doble materialidad del Grupo, cuyos resultados han servido como base para la elaboración del presente Informe de Sostenibilidad.
2. **Encuestas.** Periódicamente se realizan encuestas temáticas que ayudan a entender la perspectiva de los empleados en diferentes ámbitos, como las entrevistas psicosociales sobre sus puestos de trabajo, las encuestas de movilidad sobre sus hábitos de desplazamiento, la encuesta de satisfacción de la formación impartida o las encuestas de voluntariado para conocer sus inquietudes sociales. Los resultados de todas ellas sirven para tomar decisiones sobre cuestiones que les afectan directamente.
3. **Relaciones fluidas con los representantes de los trabajadores.** Otro elemento clave para conocer los intereses y opiniones de los asalariados de Atresmedia es el establecimiento de una relación fluida, práctica, cercana y orientada al acuerdo, con los representantes de los trabajadores, procurando ofrecer una solución rápida y consensuada que vele por los intereses de ambas partes. Por último, en colaboración con los diferentes Comités de Empresa, se han desarrollado los Planes de Igualdad y de prevención del acoso LGTBI, disponibles en la intranet del Grupo, y que respaldan los intereses y las opiniones de grupos específicos de las partes interesadas.

Respecto a los trabajadores no asalariados, aunque el Grupo no cuenta en la actualidad con mecanismos de consulta directa para conocer sus intereses y opiniones, vela siempre y en todo en momento por que se respeten sus derechos humanos y laborales, mediante la firma de cláusulas contractuales con sus empleadores directos y, en el caso, de la prevención de riesgos laborales, cuando le compete, se asegura de realizar la coordinación de actividades para que estos puedan desarrollar su actividad de forma segura.

NEIS 2 SBM-3 Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio

En el proceso de doble materialidad del Grupo se identificaron los asuntos más relevantes relacionados con el personal propio, así como los riesgos, impactos y oportunidades claves asociados a cada uno de ellos. Este análisis contempló las diferentes tipologías de trabajadores con los que el Grupo se relaciona, las diferentes zonas geográficas donde opera, así como las diferentes actividades que desarrolla.³⁵

Todos los impactos, riesgos y oportunidades identificados derivan del propio modelo de negocio de Atresmedia y del reconocimiento de la importancia de su personal propio como activo principal del Grupo. A través de su estrategia de gestión de los recursos humanos y de prevención de riesgos laborales, Atresmedia integra en su modelo de negocio aspectos como el bienestar, la salud y la seguridad laboral, la diversidad, equidad y la inclusión, la protección de los derechos humanos y laborales o la protección de datos personales, entre otros.³⁶

En relación con el personal propio del Grupo Atresmedia, se distinguen las siguientes tipologías de trabajadores que podrían verse afectados de manera generalizada³⁷ por los impactos significativos identificados en el análisis:

- **Personal asalariado**, formado por personas contratadas directamente por las diferentes empresas del Grupo Atresmedia y que están acogidas a los distintos convenios colectivos.
- **Personal no asalariado**, dentro del cual, se distingue entre:
 - o **Los trabajadores que son contratados mediante una empresa de trabajo temporal (ETT)**, que prestan un servicio a Atresmedia y cuyas condiciones laborales se rigen según lo establecido en la Ley, siendo iguales o estando referenciadas a las condiciones de la empresa del Grupo en las que prestan sus servicios.
 - o **Los trabajadores por cuenta propia**, quienes llevan a cabo trabajos de manera puntual para las diferentes sociedades de Atresmedia. En este caso, las condiciones de cada persona dependen de la evolución de su propio negocio y del contrato que establece con el Grupo.

A continuación, se detallan los impactos, riesgos y oportunidades asociados a cada temática material relacionada con el personal propio del Grupo Atresmedia:

³⁵ Tal y como se indica en el apartado NEIS 2 el Grupo no ha considerado necesario actualizar el ejercicio de doble materialidad tras la adquisición de Lastlap por la similitud de su actividad y ubicación de la mayor parte de sus operaciones

³⁶ Las temáticas mencionadas se relacionan con las siguientes subtemáticas de la NEIS SI: las condiciones de trabajo, la igualdad de trato y oportunidades para todos y otros derechos laborales, inherentes al trabajo. Se puede consultar la relación entre las temáticas propias de Atresmedia y las sub-sub-temáticas de la NEIS en el apartado SBM3 de la NEIS 2 del presente Informe.

³⁷ Se ha determinado que la totalidad de los impactos negativos se consideran generalizados, dado que tienen la potencialidad de afectar a un amplio grupo de trabajadores del personal propio y no se limitan a casos individuales específicos. Se ha identificado que los trabajadores que realizan trabajos en altura pueden correr mayor riesgo de accidente.

	IROs	Descripción	Políticas	Cadena de valor
BIENESTAR, SALUD Y SEGURIDAD LABORAL				
 Impacto positivo	Políticas y medidas orientadas a las condiciones laborales	Atresmedia cuenta con políticas y medidas orientadas a crear un entorno laboral seguro, así como a aumentar el bienestar de sus empleados y mejorar la conciliación laboral y el equilibrio entre la vida personal y profesional de sus asalariados.	Política General de Sostenibilidad Política de Recursos Humanos Convenios Colectivos Planes de igualdad Política de Seguridad y Salud	Operaciones propias
 Impacto negativo	Diferencias en las condiciones laborales de los asalariados.	Los asalariados de las diferentes sociedades que constituyen el Grupo Atresmedia están adheridos a diferentes convenios colectivos que pueden suponer diferencias significativas en las condiciones salariales de los asalariados. No obstante, el Grupo Atresmedia procura que todos ellos puedan disfrutar en condiciones similares de las medidas de conciliación y beneficios sociales.		Operaciones propias
 Oportunidad	Mejora de los convenios colectivos	Atresmedia puede seguir mejorando los convenios colectivos de sus asalariados, especialmente aquellos que cuentan con condiciones menos ventajosas, así como seguir impulsando medidas para mejorar la conciliación.		Operaciones propias
 Impacto positivo	Sistema de Gestión de la Seguridad y la Salud	Atresmedia cuenta con un Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales certificado bajo la norma ISO 45001 que, junto con sus políticas y sus procedimientos, garantiza una correcta gestión de la seguridad laboral. Además, este sistema, amplía el enfoque tradicional sobre la salud física para incluir cuestiones como la salud mental con el objetivo de potenciar el bienestar de sus empleados.	Política de Seguridad y Salud Política General de Sostenibilidad	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Accidentes laborales	El Grupo Atresmedia ha identificado que existen riesgos laborales asociados al desarrollo de la actividad profesional de sus trabajadores, especialmente en aquellos puestos de trabajo que cuentan con riesgos inherentes a la actividad, como por ejemplo el trabajo en altura y que, por sus propias condiciones, cuentan con un mayor índice de peligrosidad.		Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimientos de la legislación de PRL o fallo en las medidas de seguridad	El Grupo ha identificado que, a pesar de los controles y mecanismos puestos en marcha, el incumplimiento de la ley de prevención de riesgos laborales o el fallo en las medidas y mecanismos de seguridad y salud podrían derivar en sanciones económicas.		Operaciones propias
RELACIÓN E IMPACTO EN LA COMUNIDAD				
 Impacto positivo	Iniciativas sociales para empleados	El programa de voluntariado corporativo de Atresmedia y la puesta en marcha de otras iniciativas de sensibilización (charlas y talleres) benefician a los asalariados del Grupo y les permiten acercarse a la realidad de diferentes colectivos y desarrollar valores como la empatía.	Política General de Sostenibilidad	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimiento de la ley general de discapacidad	El Grupo ha identificado que existe un riesgo de incumplimiento de la Ley General de Discapacidad (2% de perfiles con discapacidad) por la dificultad de encontrar		Operaciones propias

		perfiles profesionales para cubrir las plazas que oferta, especialmente en algunas de sus sociedades.		
DIVERSIDAD, EQUITAD E INCLUSIÓN				
 Impacto positivo	Creación de un entorno laboral diverso e inclusivo	A través de iniciativas de sensibilización, la formación en diversidad o la apuesta por la contratación de perfiles con discapacidad y gracias a mecanismos como los protocolos de acoso, Atresmedia vela por generar un entorno laboral diverso e inclusivo.	Política General de Sostenibilidad Política de Recursos Humanos Política de Diversidad, Equidad e Inclusión DEI	Operaciones propias
 Oportunidad	Aumentar las ratios de diversidad en la plantilla	Atresmedia tiene la oportunidad de seguir incrementando la diversidad de su plantilla, especialmente en los órganos de administración y dirección.		Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimientos de la legislación laboral	El incumplimiento de la legislación laboral actual o futura, como la relativa a diversidad en los órganos de administración o accesibilidad de las instalaciones, podría derivar en sanciones económicas para el Grupo.		Operaciones propias
PROTECCIÓN DE DATOS				
 Impacto positivo	Garantía de la protección de datos personales	Atresmedia cuenta con un Modelo de Privacidad que vela por la protección de datos de carácter personal y desarrolla iniciativas de sensibilización y formación específica orientada a mejorar la gestión de los datos de carácter personal de sus asalariados y protegerles de posibles ataques, o incidencias.	Política de Privacidad para empleados	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Fallos en los mecanismos de protección de datos	Atresmedia entiende que el fallo en su Modelo de Privacidad o en los mecanismos de control podrían derivar en filtraciones de datos y sanciones económicas.		Operaciones propias
DERECHOS HUMANOS Y LABORALES				
 Impacto positivo	Políticas orientadas a los derechos humanos y laborales	Atresmedia cuenta con diferentes políticas que recoge el compromiso del grupo con la protección de los derechos humanos y laborales de sus trabajadores.	Política General de Sostenibilidad Código de Conducta de Atresmedia Política de Recursos Humanos Política de Diversidad, Equidad e Inclusión Manual de Diligencia Debida	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimientos de la legislación laboral o fallo en los mecanismos de protección	El incumplimiento grave de la normativa laboral y de marcos de referencia como las disposiciones de la OIT, podría derivar en una vulneración de los derechos laborales del personal propio, como por ejemplo el derecho de asociación.		Operaciones propias

A pesar de ser un tema no material para Atresmedia, el Grupo divulga que existen riesgos asociados a la relación con los trabajadores no asalariados de su personal propio.

Con el objetivo de impulsar los impactos positivos, minimizar la aparición de riesgos y aprovechar las oportunidades, el Grupo lleva a cabo numerosas actuaciones relacionadas con la gestión de su personal propio que se detallan en el [apartado S1-4](#) del presente Informe.

Además, a pesar de contar con un plan de transición con objetivos de descarbonización ambiciosos, dada la naturaleza del negocio, no existe riesgo de que las medidas puestas en marcha por el Grupo para cumplir con su estrategia Cero Neto puedan derivar en pérdidas de empleo o en otro tipo de incidencias de importancia relativa sobre su personal propio.

En general, los riesgos y oportunidades materiales³⁸ detectados afectan a todo el personal propio de Atresmedia, independientemente de su pertenencia a un grupo específico. Sin embargo, existen algunos riesgos relacionados con las medidas de prevención de riesgos laborales que pueden impactar más significativamente a determinados trabajadores en aquellos puestos con riesgos inherentes a la propia actividad, como caídas a distinto nivel, estrés térmico o trabajo en turnos nocturnos.

En última instancia, es necesario señalar que como resultado del proceso de Debida Diligencia en materia de Derechos Humanos que se llevó a cabo en 2023, donde se identificaron y evaluaron los principales riesgos asociados a los derechos humanos y laborales, Atresmedia no detectó operaciones que conlleven riesgos significativos de trabajo forzoso, obligatorio o infantil.

Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades

SI-1: Políticas relacionadas con el personal propio

En línea con su compromiso con las personas, Atresmedia dispone de diversas políticas, un Código de Conducta Corporativo y otros documentos que aluden a la relación con su personal propio, siendo la Política de Recursos Humanos el marco de referencia para la gestión de personas.

Política de Recursos Humanos

La **Política de Recursos Humanos** (2010), actualizada en 2024, detalla los principios y compromisos que guían la gestión del capital humano de Atresmedia y establece los valores sobre los que se basa la estrategia de Recursos Humanos del Grupo: la orientación a las personas, el trabajo en equipo, la comunicación y el orgullo de pertenencia. La política es aplicable a todos los trabajadores asalariados del Grupo, incluyendo a los de sus empresas filiales y de la Fundación Atresmedia. Además, la política tiene en cuenta y recoge la opinión de los trabajadores. El documento describe las líneas de actuación y los principios relacionados con la gestión personas, orientándolos al apoyo de la consecución del propósito corporativo: *Creemos en el poder de la reflexión y la emoción, para generar una sociedad de valores compartidos.*

Principios y líneas de actuación de la Política de Recursos Humanos

1. Proporcionar un empleo estable y un entorno laboral gratificante.
2. Fomentar y favorecer el desarrollo profesional del capital humano.
3. Atraer y fidelizar talento.
4. Garantizar los Derechos Humanos y Laborales, en el marco de la legislación vigente, de los 10 principios del Pacto Mundial y de las disposiciones de la OIT.
5. Promover la diversidad, la equidad y la inclusión y la conciliación, para lo que, además, cuenta con una **Política de Diversidad, Equidad e Inclusión** específica.
6. Velar por un entorno de trabajo seguro y saludable.

La Política de Recursos Humanos recoge de forma explícita el rechazo del Grupo a cualquier forma de trabajo infantil, forzoso u obligatorio, así como a la trata de personas, extendiendo este compromiso a todo el personal que presta servicio a Atresmedia, ya sea mediante contratación directa o a través de terceros. Asimismo, recoge el compromiso de no tolerar ningún tipo de discriminación por razón de género, raza, orientación sexual, creencias religiosas, opiniones políticas, nacionalidad, origen social, discapacidad u otra circunstancia susceptible de ser fuente de discriminación.

Política de Diversidad, Equidad e Inclusión

³⁸ La mayoría de los riesgos y oportunidades derivan de impactos previamente identificados.

La **Política de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)** que aplica a todos los asalariados del Grupo (2024), establece las bases para asegurar un entorno laboral diverso e inclusivo que garantice la igualdad de oportunidades y la no discriminación de todas las personas que forman y formarán parte de Atresmedia, velando porque todas ellas puedan desarrollar su máximo potencial y reconociendo el valor y la riqueza que la diversidad aporta al Grupo. En cuanto a su capital humano, la política recoge los compromisos y principios orientados a:

- Generar un entorno laboral diverso e inclusivo que garantice igualdad, diversidad, inclusión y respeto a todas las personas independientemente de su condición, sexo, edad, raza, orientación sexual, creencias religiosas u opinión política, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra particularidad.
- Velar por un entorno laboral seguro, libre y sin prejuicios, garantizando un correcto equilibrio entre la vida personal y profesional.

Todos los compromisos y principios se ajustan a lo marcado por la legislación vigente en la materia y se alinean con los Principios de Naciones Unidas, así como con el mandato de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en materia de igualdad de género y sus recomendaciones en materia de diversidad; las recomendaciones de la CNMV sobre igualdad de género y otros documentos de referencia.

Tanto la **Política de Recursos Humanos** como la **Política de Diversidad, Equidad e Inclusión**, han sido aprobadas por la Directora General Corporativa con el objetivo de desarrollar y complementar la **Política General de Sostenibilidad** de Atresmedia, aprobada por el Consejo de Administración. La Dirección de Recursos Humanos, dependiente de la Dirección General Corporativa, es el responsable de la aplicación de la Política de Recursos Humanos y la Política de Diversidad, Equidad e Inclusión.

Política General de Sostenibilidad

En la **Política General de Sostenibilidad (2010)**, aprobada y actualizada por el Consejo de Administración en julio de 2025, se formaliza la estrategia de sostenibilidad de Atresmedia y se recogen los compromisos adquiridos y los principios de actuación al respecto, entre los que se encuentran, entre otros, los de:

- Apoyar al capital humano como principal valor del Grupo
- Contribuir al progreso y desarrollo de la sociedad
- Transmitir nuestras políticas y valores corporativos a toda nuestra cadena de valor
- Establecer relaciones transparentes con nuestros grupos de interés

En esta política también se recoge el compromiso de Atresmedia con la protección y promoción de los Derechos Humanos recogidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y las diferentes convenciones y declaraciones nacionales e internacionales suscritas por España, así como con el cumplimiento de las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), especialmente aquellas relacionadas con la privacidad de sus asalariados o el trabajo de los menores de edad.

Las tres políticas anteriormente citadas están publicadas en la web corporativa del Grupo Atresmedia y se ponen a disposición de los empleados a través de la intranet del Grupo.

Política de Seguridad y Salud

La **Política de Seguridad y Salud** define los principios básicos de seguridad y salud que sirven de marco para el desarrollo del Sistema de Gestión de la Prevención de Riesgos Laborales del Grupo Atresmedia. Esta política, elaborada por primera vez en 2020, ha sido actualizada y aprobada por el Consejero Delegado del Grupo Atresmedia en 2025 previa consulta y participación de los delegados de prevención, y es aplicable a todo el personal asalariado de las sociedades del Grupo Atresmedia, así como al resto de componentes del personal propio cuando procede. No obstante, para cada tipología del personal propio (asalariados, autónomos y ETT) las obligaciones en materia de salud y seguridad son distintas, conforme a lo dispuesto en la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales. La política de Seguridad y Salud de Atresmedia se difunde ampliamente para que sea conocida por todos los empleados y está publicada en la intranet corporativa, poniéndose también a disposición de otras partes interesadas cuando es necesario.

El Servicio de Prevención Mancomunado, que depende de la Dirección General Corporativa, es responsable de asegurar que la Política de Seguridad y Salud esté actualizada y sea conocida en todos los niveles de la organización.

Política de privacidad para empleados

En cuanto a la privacidad del personal propio, Atresmedia cuenta con la Política de Privacidad para empleados que tiene el objetivo de cumplir con el deber de informar a los interesados sobre el tratamiento de sus datos personales y los derechos que les asisten. El Delegado de Protección de Datos (DPO) de Atresmedia es responsable de velar por su aplicación y de informar tanto al Comité de Protección de Datos como al Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) de las incidencias relevantes que se produzcan, así como de las medidas adoptadas para la prevención y subsanación de estas. Esta política se alinea con el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD), la Ley Orgánica de Protección de Datos y Garantía de los Derechos Digitales (LOPDGDD) y las directrices del Comité Europeo de Protección de Datos (CEPD) y está publicada en la Intranet.

Principales Grupos de Interés afectados por las políticas:

Algunas de las políticas anteriormente citadas abarcan a grupos específicos de personas en algunas de sus líneas y compromisos, tal es el caso de:

- Las personas con discapacidad, apostando por su contratación y procurando su integración laboral en condiciones similares al resto de asalariados.
- Las mujeres favoreciendo la igualdad de género, no tolerando ninguna forma de acoso y protegiendo especialmente a la maternidad.
- Los menores, promoviendo su protección y rechazando cualquier forma de trabajo infantil.
- Las personas pertenecientes al colectivo LGTBI; no tolerando prácticas de discriminación en el entorno laboral y creando planes específicos para su integración.

Adicionalmente a las políticas, la empresa cuenta con otros mecanismos para lograr sus objetivos, especialmente en relación con los grupos de personas anteriormente citados.

Varias empresas del Grupo han aprobado y registrado los correspondientes planes de Igualdad, con el objetivo de alcanzar la igualdad efectiva entre mujeres y hombres, así como la eliminación de la discriminación por razón de sexo y la mejora de la conciliación de la vida familiar y personal. Los planes de Igualdad del Grupo cuentan, además, con una Guía de Protección de la maternidad, el embarazo y la lactancia y un Protocolo contra el acoso sexual y por razón de sexo, disponibles en la intranet corporativa.

Junto con los planes mencionados anteriormente, el Grupo dispone de siete protocolos contra el acoso LGTBI, dirigidos a conseguir la igualdad de las personas trans y la garantía de los derechos de las personas LGTBI, según lo dispuesto en la Ley 4/2023. Tanto los planes de Igualdad como los Protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo y el acoso LGTBI han sido negociados con los representantes de los trabajadores y aprobados por las respectivas Comisiones Negociadoras, con parte de representación de la empresa y parte de representación de los trabajadores.

En cuanto a las sociedades de nueva incorporación, Atresmedia trabaja activamente para que conozcan las distintas políticas corporativas del Grupo que les son de aplicación, aunque en ocasiones estas sociedades cuentan con políticas propias que guían su actuación de forma particular.

Código de Conducta

El **Código de Conducta** de Atresmedia, por su parte, es la norma fundamental de su Modelo de Cumplimiento y establece los principios básicos de comportamiento del Grupo, siendo estos el cumplimiento de la ley como base de la conducta ética y el compromiso con el respeto de los derechos humanos en el desarrollo de la actividad. Lo dispuesto en el Código es aplicable y de obligado cumplimiento para todos los asalariados del Grupo y se espera que otros trabajadores vinculados a la actividad de Atresmedia respeten y actúen conforme a los principios descritos en él. Por otro lado, Atresmedia trabaja activamente en la implantación del Modelo de Cumplimiento en las nuevas entidades que se van incorporando al Grupo. El Consejo de Administración tiene

la responsabilidad de dirigir y supervisar el efectivo cumplimiento del Código y adoptar e implementar las medidas necesarias para su coordinación con el resto de los elementos normativos y procedimentales de gobierno corporativo, así como de su actualización y mejora constante.

Entre sus principios básicos de comportamiento el Código de Conducta recoge el compromiso expreso del Grupo con el respeto, la protección y el cumplimiento de la Carta Internacional de los Derechos Humanos de Naciones Unidas, así como con los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos y con la Carta Europea de Derechos Humanos, que consagra como derecho fundamental la protección de los datos de carácter personal.

Por otra parte, tal y como recoge el Código, Atresmedia pone los medios para velar por el cumplimiento de las disposiciones de la OIT, especialmente de aquellas relacionadas con la eliminación de la discriminación y la promoción de la libertad sindical y el derecho a la negociación colectiva, no admitiendo prácticas contrarias a la legislación laboral española ni a los principios de la OIT y manifiesta su total rechazo al trabajo infantil y al trabajo forzoso.

Para poder detectar conductas contrarias a lo dispuesto en el Código de Conducta de Atresmedia, así como posibles vulneraciones de los derechos humanos o laborales, este cuenta con el Canal de Consultas y Denuncias del Grupo, al que puede dirigirse cualquier persona que mantenga una relación laboral con Atresmedia. Además, el Código de Conducta describe las medidas puestas en marcha para ofrecer la reparación de incidencias relativas derivadas de vulneraciones de este, tal y como se detalla más adelante.

SI-2: Procesos para colaborar con los trabajadores propios y los representantes de los trabajadores en materia de incidencias

Con el propósito de mantener una relación cercana y colaborativa con su plantilla, Atresmedia establece diversas vías de comunicación que, por su diseño, le permiten obtener una visión global y detallada de las necesidades e intereses de sus empleados. Esta colaboración constituye la base para la toma de decisiones y la implementación de actuaciones orientadas a la gestión de impactos sobre su personal.

Atresmedia cuenta con cuatro vías principales de colaboración con su personal asalariado: la comunicación basada en el liderazgo de manager a empleado; la colaboración con los Comités de Empresa; la colaboración con los Comités de Seguridad y Salud y Delegados de Prevención y, la colaboración a través de diferentes herramientas.

1. Colaboración basada en el liderazgo: de *managers* a empleados.

El Grupo Atresmedia promueve un estilo de liderazgo cercano, basado en la confianza y en una gestión ágil y responsable de las problemáticas que se detectan, orientada a su resolución eficaz. En este contexto, existe una relación continua y directa entre los asalariados y la línea de Managers, compuesta por directores y mandos intermedios, responsables de gestionar y canalizar la información bidireccionalmente entre el Grupo y las personas a su cargo. Estos Managers transmiten las necesidades y sugerencias que surgen en el día a día, resolviéndolas directamente o derivándolas a las áreas correspondientes del Grupo. Durante el año 2025 se han realizado acciones con el objetivo de aumentar la concienciación y profundizar en la formación de los Managers para mantener un diálogo constante con sus equipos y abordar dudas, aspiraciones, inquietudes, etc. Adicionalmente, el área de Recursos Humanos realiza un seguimiento continuo de la actividad de la Compañía y mantiene un contacto directo con los responsables de área, con el objetivo de conocer de primera mano la situación de los equipos e identificar posibles inquietudes o áreas de mejora.

2. Colaboración con los Comités de Empresa.

Uno de los procesos más relevantes de colaboración con el personal asalariado del Grupo es el que se produce con sus representantes. Las diferentes sociedades del Grupo Atresmedia cuentan con Comités de Empresa que velan por los intereses de los asalariados de cada una de ellas. Atresmedia colabora con todos ellos de manera constante, centrando el diálogo en la eficacia y cercanía a la hora de resolver problemas. El Grupo Atresmedia ha cerrado acuerdos con los Comités de Empresa de cada una de las sociedades del Grupo que, por su tamaño y naturaleza, cuentan con este organismo.

Los acuerdos establecen una periodicidad trimestral o semestral para las reuniones entre ambas partes. Sin embargo, con el objetivo de garantizar un diálogo cercano, ágil y eficaz, el Grupo adopta un enfoque colaborativo, convocando reuniones con los representantes de los trabajadores siempre que surja una cuestión relevante y tantas veces como sea necesario para resolver incidencias y alcanzar consensos. Los acuerdos alcanzados se comunican posteriormente a la plantilla, tanto a través de los representantes como directamente por la empresa.

Además, con el objetivo de garantizar que los intereses y opiniones de todos sus trabajadores asalariados se tienen en cuenta y, según lo establecido por la legislación vigente, Atresmedia negocia con los diferentes Comités de Empresa los convenios colectivos, las condiciones de sus planes de igualdad, planes LGBTIQ y, en el futuro, los planes de movilidad de la empresa y trata con ellos, de una forma cercana y espontánea, cualquier diferencia que pueda surgir entre sus intereses y los de sus asalariados, incluyendo los impactos de importancia relativa que les afecten. Estos acuerdos son fruto de la colaboración activa entre el Grupo y los representantes de los trabajadores y están alineados con los principios y compromiso recogidos en las políticas corporativas del Grupo descritas en el apartado [S1-1](#). Además, establecen los acuerdos entre cada empresa del Grupo y sus trabajadores, respetando lo establecido por el ordenamiento jurídico español que garantiza un salario adecuado para todas las personas, un límite de horas trabajadas y la correspondiente compensación adicional por el exceso de horas, así como los plazos mínimos de preaviso para abandonar la empresa.

La Directora General Corporativa, con el apoyo de la Dirección de Recursos Humanos, asume la responsabilidad final de garantizar la colaboración entre los representantes de los asalariados y el Grupo.

3. Colaboración con los Comités de Seguridad y Salud y delegados de prevención.

Durante 2025, Atresmedia ha continuado celebrando las reuniones trimestrales con los distintos Comités de Seguridad y Salud, así como encuentros semestrales con aquellas empresas que no tienen delegados de prevención. Adicionalmente, con el objetivo de conocer la situación psicosocial de los empleados del Grupo y en el seno de los acuerdos con los representantes de los trabajadores, como se ha mencionado anteriormente, Atresmedia realiza estudios psicosociales a sus trabajadores asalariados, siendo los resultados la base para construir nuevos planes de actuación. El Grupo aborda todos los puntos de preocupación planteados por los empleados tanto a través de los Comités de Seguridad y Salud como de las evaluaciones de riesgos psicosociales, similares a estudios de clima organizacional, desarrollando planes de acción que son compartidos con dichos Comités.

4. Colaboración a través de diferentes herramientas

Atresmedia dispone de diferentes canales de comunicación interna que facilitan la interacción con sus empleados. A través de estos canales se comunican asuntos que les afectan directamente, novedades sobre el modelo de negocio y la actividad de la empresa, beneficios sociales, así como sus derechos y obligaciones. Entre estas herramientas, diseñadas para garantizar una colaboración continuada con los empleados, destacan:

- **Newsletters como la de Sostenibilidad o de Recursos Humanos**, donde se informa de las principales actuaciones sociales y ambientales del Grupo, incluyendo el programa de voluntariado corporativo, las campañas de donación o las medidas de movilidad sostenible; así como los beneficios sociales para empleados y otras novedades corporativas. Estas comunicaciones se producen de forma constante a lo largo del año.
- **Intranet corporativa y plataforma a3mia**, donde los asalariados pueden consultar información de interés, tales como las políticas corporativas, promociones, estrenos, éxitos del Grupo, etc., así como reaccionar e interactuar con la información compartida en la intranet.
- **Revista interna MASDIII**, de publicación mensual, con información sobre temas relevantes relacionados con la actividad del Grupo, sus diferentes líneas de negocio, así como curiosidades y otras noticias de interés.
- **Comunicaciones específicas de diferentes departamentos** como Privacidad o Cumplimiento con información clave para los empleados sobre estos asuntos.

- **Cartelería física**, además de los formatos digitales el Grupo se apoya en cartelería física en las zonas comunes de las instalaciones para comunicar las iniciativas, amplificar su difusión y llegar a todos los puestos de trabajo.

S1-3: Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los trabajadores propios expresen sus inquietudes

Como se ha mencionado anteriormente, el Canal de Consultas y Denuncias de Atresmedia es la vía principal y prioritaria para recibir comunicaciones relacionadas con infracciones de la normativa interna del Modelo de Cumplimiento del Grupo, así como cualquier conducta u omisión que suponga una infracción del ordenamiento jurídico que afecte o menoscabe directamente el interés general o pueda suponer una vulneración de los Derechos Humanos, y de maneras específicas situaciones de acoso laboral, acoso sexual, discriminación, seguridad y salud y derechos de los trabajadores, entre otros.

Por otro lado, para las cuestiones laborales que no están relacionadas con incumplimientos de la normativa o distintas al acoso laboral, el Grupo dispone de otros cauces de comunicación a los que puede dirigirse su personal, tales como el buzón de recursos humanos, el buzón de prevención o el buzón de sostenibilidad.

Para mejorar la gestión de incidencias tramitadas, desde 2023 Atresmedia cuenta con un Sistema Interno de Información que abarca a todo el Grupo Atresmedia y a la Fundación Atresmedia, incluyendo la gestión del Canal de Consultas y Denuncias. El Responsable del Sistema Interno, nombrado por el Consejo de Administración y que es además el Responsable de Cumplimiento del Grupo, es el encargado de gestionar las comunicaciones recibidas a través del canal. Esta gestión se realiza mediante una nueva herramienta proporcionada por un proveedor externo, que cumple con todas las funcionalidades y garantías de seguridad requeridas.

Gestión de las comunicaciones

El proceso de gestión inicia con la recepción y clasificación de las comunicaciones. El Responsable de Cumplimiento evalúa la procedencia de estas, rechazando aquellas comunicaciones infundadas o de mala fe, pudiendo dar lugar a sanciones. Cuando la información no es pertinente para el Canal, pero resulta útil para el Grupo, se notifica al denunciante la decisión y se remite al área competente. Si la comunicación se admite, se envía un acuse de recibo en un plazo de siete días y se asignan equipos de investigación que, en un plazo de sesenta días, recopilan evidencias garantizando la confidencialidad.

Tras la investigación, se elabora un plan de acción para corregir, paliar y prevenir irregularidades. El Responsable de Cumplimiento evalúa y redacta un informe de conclusiones con las propuestas de actuación, decidiendo sobre la continuación o cierre del caso. Una vez adoptadas las medidas correspondientes, se cierra el expediente, documentando todas las actuaciones y decisiones, comunicando al denunciante la resolución, asegurando la confidencialidad y el respeto a los derechos de las partes implicadas.

Formación en el Modelo de Cumplimiento

Todos los asalariados del Grupo Atresmedia deben realizar la formación obligatoria sobre el Modelo de Cumplimiento y Prevención del Grupo, con el objetivo de que los empleados sean capaces de identificar y denunciar correctamente estas y otras prácticas contrarias al modelo. Este curso se encuentra disponible para todos los empleados en el campus de formación de Atresmedia, Capus A3mia junto con otros contenidos de interés como el Código de Conducta, el Protocolo Anticorrupción o el Protocolo de entrega y aceptación de regalos entre otros.

En esta formación se incluye, además, contenido específico sobre el Canal de Consultas y Denuncias, de modo que Atresmedia se asegura de que sus empleados conocen tanto la normativa interna del Grupo como el cauce principal de comunicación de incumplimientos. Todo el personal propio de Atresmedia puede hacer uso de dicho canal de manera confidencial o anónima a través de una herramienta disponible en la web corporativa del Grupo junto con el manual de uso y la política de privacidad de este.

Aunque Atresmedia no evalúa formalmente el grado de confianza existente por parte de su personal propio sobre estos mecanismos, ha detectado un aumento en el número de consultas que se reciben por el canal, lo que puede entenderse como un aumento de la confianza en el mismo.

Por último, Atresmedia no permite que se tomen represalias contra los usuarios del Canal de Consultas y Denuncias. Asimismo, los protocolos contra el acoso por razón de sexo aprobados por el Grupo cuentan con mecanismos de protección del denunciante y prohíben expresamente cualquier represalia contra los denunciantes, así como contra cualquier persona que participe o colabore en la investigación de los hechos denunciados. Para más información, véase el requisito de divulgación [G1-1 de la NEIS G1](#).

S1-4: Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre el personal propio, enfoques para mitigar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con el personal propio y eficacia de dichas actuaciones

El Grupo Atresmedia, durante el ejercicio 2025, ha llevado a cabo diferentes actuaciones para prevenir impactos negativos³⁹ y riesgos, así como para fomentar impactos positivos sobre su personal y aprovechar oportunidades al respecto.

A través de estas actuaciones, Atresmedia se esfuerza por cumplir la legislación vigente en materia laboral, generar impactos positivos en aquellos que conforman la organización, y garantizar condiciones de trabajo dignas, remuneraciones justas y la igualdad de oportunidades y no discriminación. Del mismo modo, para promover la salud física y mental de la plantilla, el Grupo centra su atención en los siguientes aspectos: bienestar de los trabajadores, formación, salud y seguridad, protección de datos y privacidad y desarrollo personal y talento inclusivo.

Actuaciones en materia de Diversidad, Equidad e Inclusión

En 2025, el Grupo ha seguido reforzando su compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión de su plantilla. Para ello, ha incorporado nuevas medidas que complementan las iniciativas implementadas en años anteriores.

- **Planes por la diversidad y la igualdad.** En 2025 se ha firmado y registrado el Plan de igualdad y el Plan LGTBI de Atresmedia Smart Tools y el Plan LGTBI de Uniprex SAU que se suman al resto de planes elaborados por Atresmedia en años anteriores para otras empresas del Grupo.
- **Procesos de selección inclusivos.** Los departamentos de Sostenibilidad y Recursos Humanos siguen trabajando de forma coordinada para integrar criterios de inclusión y diversidad en los procesos de selección, reforzando la cultura corporativa del Grupo.
- **Adaptación de puestos de trabajo.** Atresmedia impulsa la adaptación de los puestos de trabajo para aquellas personas que lo requieran, garantizando un entorno laboral inclusivo y accesible. Como parte del esfuerzo, en 2025 se han adaptado 17 puestos de trabajo.
- **Renovación de convenios colectivos.** El Grupo Atresmedia, revisa con la periodicidad requerida, los convenios colectivos para adaptarlos a la realidad de cada momento. En 2025, se ha cerrado el primer convenio colectivo de Atresmedia Smart Tools. Todas las empresas del Grupo Atresmedia operan bajo lo establecido en el convenio colectivo que les es de aplicación, sea específico del Grupo o el propio del sector, respetando en todo momento los derechos de los asalariados establecidos en cada uno de ellos.
- **Formación en Diversidad, Equidad e Inclusión.** En 2025, Atresmedia ha impartido cursos en DEI (Diversidad, Equidad e Inclusión) y de igualdad LGTBI de forma transversal a los asalariados de diferentes

³⁹ Los posibles impactos negativos relacionados con diferencias de convenios no han requerido medidas de mitigación debido a que cada empleado cuenta con condiciones ad-hoc y siempre se asegura que el puesto de trabajo está adaptado a las condiciones necesarias.

empresas del Grupo. Esta formación ha tratado, entre otras cuestiones, asuntos relacionados con la discriminación y el acoso.

- **Programa de voluntariado corporativo.** El Grupo ha continuado este año fortaleciendo su programa de voluntariado corporativo, una iniciativa que permite a los empleados implicarse directamente en la realidad de diferentes colectivos sociales y contribuir, desde su experiencia personal y profesional, a mejorar su entorno. Las acciones desarrolladas han abarcado proyectos de acompañamiento y asistencia a personas en riesgo de exclusión social, entre las que se encontraban colectivos como mujeres víctimas de violencia de género, personas con discapacidad, niños y jóvenes o personas sin hogar, así como colaboraciones con comedores sociales, entidades que trabajan por la conservación del medioambiente o el voluntariado internacional en Cuba, dirigido a personas mayores en situación de extrema pobreza y desigualdad social.

Además de beneficiar a los diferentes colectivos con los que trabajan las entidades sociales, el programa de voluntariado promueve entre los empleados valores como la empatía, el trabajo en equipo y la conciencia social, fomentando el aprendizaje y la conexión entre ellos a través de la acción social. Además, la participación en muchas de estas actividades ha estado abierta también a los familiares de los empleados, reforzando así el compromiso colectivo con la solidaridad.

Durante 2025, 524 voluntarios (444 en 2024) de Atresmedia han participado en un total de 24 actividades (28 en 2024) colaborando con 20 entidades sociales, entre otras, Fundación PROCLADE, Fundación Manantial, Fundación Hogar Sí, Fundación Pequeño Deseo o Fundación Senara sumando más de 2.451 horas de voluntariado. Atresmedia ha invertido en 2025 un total de 16.994€ en su programa de voluntariado (16.989 en 2024).

- **Proyecto Becas Capaz.** Desde 2020, Atresmedia ofrece becas formativas para que personas con discapacidad puedan formarse en los cursos de Atresmedia Formación. Con esta iniciativa el Grupo contribuye a mejorar su empleabilidad brindándoles la oportunidad de formarse en comunicación, competencias digitales y audiovisuales. En 2025 se ha celebrado una nueva edición de las Becas Capaz, en la que se han otorgado 54 nuevas becas, gracias a la colaboración de entidades como Fundación Universia, Fundación Randstad, Fundación Eurofirms y Fundación Capacis. Desde que el proyecto viera la luz, se han otorgado un total de 264 becas a personas con discapacidad. Esta iniciativa contribuye, además, a la detección de talento cualificado para su incorporación en las diferentes empresas del Grupo.
- **Afloramiento de la diversidad.** A través de la herramienta a3mia, Atresmedia ofrece a sus asalariados la posibilidad de comunicar voluntariamente si cuentan con alguna discapacidad, con el fin de disponer de información actualizada que facilite la gestión adecuada de la diversidad y facilitar a los asalariados el acceso a los beneficios fiscales que les correspondan.
- **La renovación de la Carta de la Diversidad.** Atresmedia ha renovado, un año más, su adhesión a la Carta de la Diversidad, reafirmando su compromiso con el cumplimiento de sus diez principios sobre diversidad, equidad e igualdad y reflejando su voluntad de continuar implementando políticas que fomenten un entorno laboral inclusivo, respetuoso y libre de discriminación.
- **Acuerdos con entidades por la inclusión social.** En 2025, en el seno del acuerdo firmado en 2024 con la entidad Confederación Salud Mental España, 40 periodistas de las diferentes redacciones de Atresmedia (Antena 3, laSexta y Onda Cero), han recibido formación específica sobre cómo tratar los temas relacionados con la salud mental en los medios. La formación ha puesto el foco en la sensibilización sobre la realidad de las personas con problemas de salud mental y en ofrecer a los profesionales de Atresmedia orientación en la redacción y comunicación de noticias relacionadas con esta temática. Adicionalmente, Atresmedia ha colaborado un año más con Fundación Integra para la inserción laboral de mujeres víctimas de violencia de género, ofreciéndoles la oportunidad de realizar prácticas profesionales en diferentes empresas del Grupo. En 2025, tres personas se han beneficiado de este proyecto.

Actuaciones relacionadas con el Bienestar de los trabajadores

Atresmedia mantiene desde hace años un compromiso para la mejora del bienestar de sus empleados, impulsando iniciativas orientadas a optimizar la gestión de las personas, mejorar su satisfacción, facilitar la conciliación entre la vida personal y familiar, así como promover su bienestar físico y mental.

- **Plataforma y campus a3mia.** Con el objetivo de fomentar el desarrollo profesional y mejorar la experiencia de los empleados en los temas de formación, Atresmedia ha lanzado en 2025 el Campus a3mia que ofrece un catálogo de formación en constante actualización, automatización y digitalización del proceso, entre otros, de inscripción y firma digital logrando que toda la información esté ubicada en un mismo lugar. La plataforma a3mia, en la que se ubica el Campus fue desarrollada en 2024 para permitir una mejor gestión de los asalariados, optimizando la gestión de los equipos mediante la unificación de procesos entre las empresas del Grupo y permitiendo un fácil acceso a los datos para la gestión del talento, entre otros beneficios.
- **Lanzamiento del Portal de Talento.** En 2025, Atresmedia ha lanzado un nuevo portal de talento con el objetivo de mejorar la experiencia de aquellas personas que quieran presentar su candidatura para algún puesto de trabajo en las empresas del Grupo. Este proyecto ha supuesto la digitalización del proceso, mayor transparencia y ha contribuido a reforzar la imagen de Atresmedia como marca empleadora.

Además, dentro de su propuesta de valor al empleado Atresmedia ofrece diferentes beneficios sociales entre los que se incluyen:

Beneficios sociales para empleados	
Plan de retribución flexible	Incluye seguro médico, tarjeta transporte y cheque guardería
Servicio de comedor	Subvencionado para los asalariados del Grupo
Programa de Wellbeing "Atresmedia te cuida"	Sección de bienestar en el Campus a3mia con webinars para mejorar el bienestar físico y mental (salud mental, mindfulness, nutrición, etc.)
Servicio de Wellhub	Cofinanciado por Atresmedia para promover hábitos saludables
A3Mil Benefits	Un catálogo de beneficios y descuentos en diversos ámbitos
Suscripción a atresplayer	Gratuita para los empleados
Programa de voluntariado	Para empleados, familiares y amigos
Puntos de carga de vehículos	Con plazas reservadas para empleados en la sede central de Atresmedia
App para compartir coche	Atresmedia co-financia los viajes compartidos a través de la app
Acceso exclusivo a premiers y eventos	A través de la intranet, Atresmedia sortea entre sus empleados entradas para estrenos de sus contenidos y eventos.

Además de los beneficios al empleado incluidos en 2025, los asalariados del Grupo Atresmedia⁴⁰ siguen disfrutando de las mejoras de las condiciones de trabajo establecidas en los diferentes convenios corporativos, entre los que se incluyen, por ejemplo:

- El trabajo a distancia.
- La flexibilidad de entrada y salida.
- La mejora de los permisos por maternidad y paternidad.
- Días de vacaciones adicionales en Navidad y Semana Santa.
- La reducción de la jornada en los meses de verano.
- Permisos de lactancia.

⁴⁰ La implementación de estas medidas depende, en ocasiones, de las necesidades del puesto de trabajo y de los diferentes convenios colectivos.

- Seguro de vida.
- Complemento por incapacidad temporal.
- Fondo social para ayudas escolares y seguro dental para los asalariados de Uniprex.

- **Otras prácticas laborales.** Con el objetivo de generar un entorno laboral adecuado y que garantice el bienestar, Atresmedia lleva a cabo las siguientes prácticas laborales de forma continuada:
 - o Asegura que todos los trabajadores dispongan de un salario adecuado según lo pactado en cada convenio colectivo y, en algunos casos, se han negociado acuerdos de mejora de los convenios sectoriales aplicables a cada empresa.
 - o Cuenta con un sistema de control horario que permite monitorizar, en caso de ser necesario, las horas de dedicación de los empleados.
 - o Monitorea anualmente la brecha salarial de género en las diferentes sociedades del Grupo, elaborando informes anuales.

Actuaciones en materia de Formación

Atresmedia cuenta con un plan de formación continua diseñado para fomentar el desarrollo profesional de sus empleados. Este modelo se caracteriza por ser flexible, transversal y especializado, abarcando tanto temáticas comunes como específicas de la actividad profesional. El principal objetivo es que todas las acciones formativas estén integradas para apoyar el desarrollo profesional y las capacidades internas de los trabajadores del Grupo.

Todos los perfiles y niveles de la plantilla tienen acceso a formación, ajustando los contenidos según las necesidades de cada colectivo, incluyendo directivos y roles críticos.

La principal actuación ejecutada en 2025 han sido las siguientes:

- **Lanzamiento del Campus Atresmedia**, un espacio digital que centraliza toda la oferta formativa del Grupo. Este Campus ofrece a los asalariados del Grupo acceso directo a un catálogo de contenidos propios y externos, que incluye formación obligatoria, cursos optativos, programas de desarrollo, certificaciones y oportunidades de aprendizaje personalizado. Con el objetivo de ofrecer comodidad, el campus ofrece, además, diversas modalidades de formación:

Presencial	Online	Modelo híbrido
Con posibilidad de elección de ediciones	Consumo en diferido 24/7	Opción presencial con streaming en directo

Además, esta plataforma permite a los asalariados consultar la evolución de cada curso en el que está inscrito o asignado por sus responsables o el departamento de RRHH. Al terminar los cursos, se entrega un diploma o certificación a aquellos que superen el 75% de las horas de este.

El lanzamiento del Campus Atresmedia ha supuesto la unificación y disponibilidad de toda la formación en un único espacio actualizado, y la facilidad de inscripción a cursos de forma rápida y sencilla para todos los empleados del Grupo.

- **Desarrollo de las líneas estratégicas de Formación.** En 2025, se han realizado programas transversales de formación para todo el Grupo, aportando competencias útiles para todos los perfiles y un valor estratégico. Los contenidos más destacados en estos programas formativos en 2025 han sido:
 - o Cumplimiento normativo: RGPD, Modelo de *Compliance*
 - o Sostenibilidad: Residuos Cero
 - o Diversidad e Inclusión: LGTBI, Lengua de signos
 - o Seguridad digital: Ciberseguridad
 - o Innovación: Formación en IA para todos los perfiles
 - o *Soft Skills*: Comunicación, Gestión del tiempo, Liderazgo, Innovación
 - o *Business Upskilling*: *Executive Programs* y Másteres para mandos y perfiles técnicos

- Programas para directivos: Liderazgo y gestión de equipos con metodologías prácticas
 - Bienestar: Salud mental, nutrición, planificación financiera, primeros auxilios
 - Idiomas: Inglés grupal y *one-to-one*
 - Plataformas especializadas y certificadas para perfiles tecnológicos
 - *Webinars* corporativos para difundir conocimiento interno
- **Programa “Te escuchamos”.** En 2025, Atresmedia, a través de este programa, ha facilitado el acceso a formaciones especializadas a petición de las áreas, incluyendo cursos, seminarios, congresos o másteres en todas las modalidades (presencial, *online* y *streaming*).

La inversión anual en formación en 2025 del Grupo Atresmedia ha sido de 575.872€ y ha estado destinada a licencias y formaciones presenciales y virtuales. En cuanto a infraestructura, se ha incorporado una nueva aula digital, sumando actualmente 9 aulas, además de platós y salones de actos para eventos formativos. El Grupo ha invertido un total de 229€ por empleado convocado a la formación del Grupo.

Los principales resultados de las actuaciones del área de formación en 2025 han sido los siguientes:

- Más de 2.600 empleados convocados en 14 empresas del Grupo.
- 59.439,6 horas de formación.
- Se ha alcanzado una tasa de finalización superior al 35%.
- La calidad de los cursos se ha evaluado con una puntuación media de 9,3/10, según cuestionarios Fundae.
- En cuanto a formación bonificada, se han gestionado más de 250 grupos presentados a Fundae, con un ROI de 150.729€.

Actuaciones para promover y garantizar la Seguridad y Salud

Atresmedia considera la prevención de riesgos laborales vinculados a su actividad como un pilar fundamental en la gestión de personas y, por ello, dedica el máximo esfuerzo a garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para todas las personas que le dan servicio, poniendo especial atención en la reducción de riesgos.

El Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales de Atresmedia está basado en los requisitos de la norma ISO 45001.

Anualmente, el Servicio de Prevención del Grupo Atresmedia elabora una planificación de la actividad preventiva que recoge todas las actuaciones en materia de seguridad y salud previstas para el ejercicio. Esta planificación se consensua con la representación de los trabajadores y se aprueba por la Dirección General Corporativa. Trimestralmente el Servicio de Prevención y la Dirección General Corporativa realizan el seguimiento de las actuaciones e informan a los distintos Comités de Seguridad y Salud.

En 2025, la Dirección de Prevención y Servicios Médicos del Grupo Atresmedia ha continuado desarrollando proyectos para reforzar su gestión de la seguridad y salud de las personas. Estos proyectos presentan diferentes horizontes temporales en función de sus necesidades, y se ejecutan de forma periódica en intervalos trimestrales, anuales, o en momentos determinados según sus características, garantizando así su cumplimiento. Los principales proyectos planeados y ejecutados en 2025 han sido:

- **Auditoría anual del Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales.** El Sistema de Gestión del Grupo, que incluye compromisos y principios básicos en la materia, se ha sometido a una auditoría externa voluntaria, llevada a cabo por Audelco, que le ha permitido mantener su certificación ISO 45001. Así mismo, se han llevado a cabo las auditorías reglamentarias obligatorias en las empresas Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, Antena 3 Noticias, Uniprex, Atres Advertising y Antena 3 Multimedia, con un coste total de 5.680€ para el Grupo.
- **Evaluación de riesgos laborales.** Atresmedia ha actualizado la evaluación de riesgos de los centros de trabajo de tres empresas del Grupo como consecuencia de la realización de obras sustanciales en dos de ellas y el traslado del centro de trabajo, en la tercera. Estas evaluaciones han sido realizadas por un técnico de prevención de riesgos laborales del Servicio de Prevención Mancomunado. Está previsto que esta

evaluación tenga una duración de cinco años, a excepción de que ocurran situaciones excepcionales que requieran una actualización anterior.

- **Evaluación de factores psicosociales. En 2025** se ha realizado la evaluación de factores psicosociales para un total de 499 empleados de dos sociedades del Grupo: *Antena 3 Multimedia* y *6&M Producciones y Contenidos Audiovisuales* utilizando el método FPSICO 4.1 del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. Esta evaluación incluyó un cuestionario voluntario y confidencial, seguido de entrevistas personales. El resultado ha servido de base para la elaboración del Plan de Acción, con las correspondientes medidas preventivas generando un impacto positivo para el personal asalariado de estas empresas. El coste asociado a la evaluación asciende a 6.000€. Las evaluaciones de factores psicosociales se actualizan, como la de riesgos, cada cinco años.
- **Formación en materia de prevención.** Al igual que en años anteriores, se ha impartido el curso de formación inicial en prevención de riesgos laborales, a todos los nuevos asalariados de las empresas del Grupo adheridas al Servicio Mancomunado, así como un curso de nivel básico en Prevención de Riesgos Laborales a los nuevos Delegados de Prevención. Además, en 2025 se ha impartido formación en Primeros Auxilios y en Soporte Vital Básico y Desfibrilación Semiautomática.
- **Control de las condiciones ambientales.** Anualmente, Atresmedia lleva a cabo el control de las condiciones ambientales en la Sede Central de San Sebastián de los Reyes, donde se desarrolla la actividad de la mayoría de las empresas del Grupo, así como en el resto de los centros de trabajo.
- **Campaña anual de vigilancia de la Salud.** Durante el último trimestre del año se ha vuelto a realizar la campaña anual de vigilancia de la salud para el personal asalariado. Esta campaña que tiene un claro impacto positivo en los asalariados ha supuesto un coste de 69.800€.
- **Campaña específica de Salud.** En 2025 se ha llevado a cabo la Semana de la Nutrición y el Bienestar en Atresmedia, realizándose diferentes acciones entre las que destacó el análisis individualizado de la composición corporal con bioimpedancia y la fuerza muscular por parte de un equipo de profesionales en endocrinología y nutrición. También, durante esta semana, se realizaron diferentes charlas sobre nutrición centradas en temas como el colesterol, el hambre emocional, la nutrición antiinflamatoria y microbiota o la obesidad. Esta actividad ha supuesto un coste de 9.160€.
- **Reuniones con los Comités de Seguridad y Salud.** Como cada año se han mantenido las reuniones trimestrales con los diferentes Comités de Seguridad y Salud de las ocho sociedades del Grupo que cuentan con este organismo. Respecto a las sociedades que no cuentan con delegados de prevención, en 2025 el Servicio de Prevención Mancomunado se ha reunido semestralmente con todas ellas, para mantenerlas informadas sobre cualquier asunto relevante relacionado con la seguridad y salud de sus empleados.
- **Mantenimiento de los desfibriladores.** A fin de garantizar su buen funcionamiento en caso de emergencia, Atresmedia lleva a cabo un mantenimiento preventivo de los equipos de desfibrilación anualmente. Esta actividad ha supuesto un gasto de 4.680€ en 2025.
- **Verificación de los equipos de medición.** Anualmente, Atresmedia acomete una verificación de los dos luxómetros y dos termo-anemómetros con los que cuenta el Servicio de Prevención, dispositivos que miden los niveles de iluminación, la temperatura, la humedad relativa y el CO₂, para comprobar la fiabilidad de los resultados. La cuantía asociada a esta actuación es de 685€.
- **Asesoría en PRL.** Durante el año 2025, Atresmedia ha contratado los servicios de empresas especializadas en PRL para recibir asesoramiento en diferentes cuestiones relacionadas con la seguridad y la salud, con un importe total de 8.100€.
- **Servicio de Asistencia Médica.** Atresmedia pone a disposición de sus asalariados de manera continua un servicio de atención médica permanente, ubicado en su sede central de San Sebastián de los Reyes. Se trata de una medida que genera un claro impacto positivo en los asalariados del Grupo. Este servicio está externalizado y supone un importe total de 254.556€.

También en 2025 Atresmedia ha planificado y ejecutado diversos proyectos desde la Dirección de Prevención y Servicios Médicos, orientados al cumplimiento de las acciones establecidas anualmente en la Planificación de la Actividad Preventiva y de los compromisos adquiridos en su Política de Prevención de Riesgos Laborales.

Para hacer seguimiento de todas las actuaciones y establecer metas, el Servicio de Prevención dispone de un cuadro de mando con indicadores medibles y cuantificables, a través del cual se controla el correcto funcionamiento de los procesos de seguridad y salud. Además, cualquier incidencia registrada por el Sistema de Gestión de la Prevención lleva asociado el análisis de la eficacia de las medidas preventivas adoptadas.

Además, cualquier desviación de los indicadores del cuadro de mando lleva asociado el establecimiento de objetivos mejora continua, el seguimiento de las metas establecidas para la consecución de estos objetivos tiene aparejado el análisis de la eficacia de estas

Por último, el Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales cuenta con un procedimiento específico para la Gestión de Incidencias que define la metodología a seguir en el registro e investigación de cualquier daño a la salud del personal asalariado de las empresas adheridas al Servicio de Prevención Mancomunado. En el caso del personal autónomo propio, se solicita la notificación de cualquier accidente o incidente durante la ejecución de trabajos contratados, en el marco de la coordinación de actividades. Por su parte, cuando se trata de empresas de trabajo temporal, la responsabilidad de gestionar las incidencias recae en la empresa subcontratada.

En cuanto a 2026, la Dirección de Prevención de Riesgos Laborales y Servicios Médicos prevé llevar a cabo las siguientes actuaciones:

- Actualizar la evaluación de riesgos laborales de todos los centros emisores y de las emisoras de Barcelona, Mérida, Monforte de Lemos, Motril, las dos emisoras de Las Palmas de Gran Canaria y la emisora de Santa Cruz de Tenerife.
- Realización de la evaluación de riesgos de los factores psicosociales de las empresas Atresmedia Tech, Smartclip, Atresmedia SmartTools y Human to Human.
- Renovar los equipos de protección individual de los técnicos de Uniprex.
- Revisar y actualizar la documentación del Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales.
- Auditoría de renovación de la certificación ISO 45001 y auditoría reglamentaria de las empresas 6&M Producciones y Contenidos Audiovisuales, Atresmedia Tech y Smartclip.
- Actualizar la Autorización de la Comunidad de Madrid del Servicio Médico.

Por su parte, Lastlap, incorporada al Grupo en julio de 2025, cuenta con su propio sistema de Prevención con actuaciones específicas para sus asalariados.

Actuaciones relacionadas con la Protección de datos y privacidad de los trabajadores

Durante el 2025, Atresmedia ha seguido impulsando medidas de sensibilización y mejora en materia de protección de datos. Entre las principales actuaciones destacan:

- **Envío periódico de comunicaciones prácticas.** El Delegado de Protección de Datos ha preparado y ha enviado durante 2025 nuevas comunicaciones periódicas con consejos prácticos de protección de datos personales, así como las sanciones impuestas por la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) asociadas a malas prácticas.
- **Recordatorio anual sobre el Modelo de Protección de Datos.** Atresmedia envía de manera anual un recordatorio a sus trabajadores sobre la existencia del Modelo de Protección de Datos de la Compañía, incluyendo una mención específica a la Política de Privacidad para empleados y el contacto de la Delegada de Protección de Datos.
- **Formación en tratamiento de datos personales.** En 2025, un total de 45 empleados de los Servicios Informativos de Antena 3 y 116 empleados de los servicios informativos de laSexta han recibido una formación especializada sobre el tratamiento de datos personales en la elaboración y difusión de contenidos informativos, impartida por el Delegado de Protección de Datos (DPO) en colaboración con la Asesoría Jurídica, con el objetivo de garantizar un uso adecuado de la información y minimizar

posibles incidencias. Esta acción formativa ha tenido una valoración muy positiva por parte de los participantes.

Durante 2025, los principales resultados esperados consisten en incrementar la tasa de participación en las formaciones sobre protección de datos. La evaluación de los resultados se llevará a cabo en el primer trimestre de 2026. El seguimiento de las formaciones completadas será realizado por DPO, en colaboración con el área de Recursos Humanos, y los resultados se reportarán al Comité de Privacidad y al Comité de Cumplimiento Normativo. Para la ejecución de estas acciones formativas se destinarán fondos específicos del presupuesto anual.

Seguimiento y evaluación de la eficacia de las actuaciones

Para garantizar el cumplimiento de sus objetivos, el Grupo realiza un seguimiento continuo de las actuaciones implementadas. Cada área es responsable de monitorizar sus propias iniciativas:

- La Dirección de Recursos Humanos supervisa las negociaciones colectivas y los planes de formación.
- La Dirección de Prevención y Servicios Médicos controla los indicadores clave de seguridad y salud para evaluar la eficacia de sus actuaciones, cuenta con un cuadro de mandos específico para seguimiento de los objetivos y las incidencias llevan asociadas un análisis de eficacia de las medidas preventivas adoptadas.
- El Departamento de Sostenibilidad, por su parte, gestiona el programa de voluntariado mediante encuestas de satisfacción tras cada actividad y, aproximadamente cada dos años, una encuesta interna para valorar el impacto del programa entre el personal.
- La delegada de Protección de Datos realiza el seguimiento de las actuaciones en colaboración con el departamento de Recursos Humanos y reporta los resultados de esta a los Comités pertinentes.
- El seguimiento de las actuaciones de formación son competencia de la Dirección de Recursos Humanos y se centra en la realización de comunicaciones personalizadas y llamadas para la resolución de dudas y el fomento de la finalización y el registro en las bases de datos de empleados y Fundaes, cumpliendo con los requisitos normativos. La eficacia de estas actuaciones se evalúa, principalmente, mediante cuestionarios de evaluación de la calidad.

Recursos disponibles para la gestión de los impactos, riesgos y oportunidades.

Atresmedia cuenta con personal especializado en diversas áreas, como Sostenibilidad, Servicios Médicos y Prevención de Riesgos Laborales, Auditoría Interna, Asesoría Jurídica y Recursos Humanos que gestionan los asuntos asociados con su actividad. Estos equipos incluyen especialistas en asuntos relativos a la salud y seguridad laboral, a la ética empresarial y a la privacidad o la discapacidad, entre otros. Bajo las directrices de la dirección correspondiente, estas áreas se organizan para determinar los recursos técnicos, humanos y económicos que destinan a la gestión de cada uno de los asuntos que le competen.

Adicionalmente, Atresmedia cuenta con Comités especializados (Comités de Seguridad y Salud, Comité de Sostenibilidad, Comité de Cumplimiento) que cuentan con la participación de diferentes áreas corporativas, lo que permite que los asuntos más relevantes sean tratados desde una perspectiva más transversal.

Asimismo, las diferentes direcciones corporativas responsables de los impactos, riesgos y oportunidades en sus áreas velan por minimizar la aparición y materialización de posibles impactos negativos.

La siguiente tabla, refleja de forma resumida las actuaciones desarrolladas por el Grupo en 2025 sobre su personal propio y a qué objetivos de las diferentes políticas del Grupo Atresmedia contribuye cada una de ellas.

ACTUACIONES PARA EL PERSONAL PROPIO DESARROLLADAS EN 2025			
Ámbito	Políticas y objetivos	Actuaciones	Metas
Diversidad, Equidad e Inclusión	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de promover la diversidad, la igualdad y la conciliación, recogido en la Política General de Sostenibilidad del Grupo, la Política DEI y la Política de RRHH	Planes de diversidad e igualdad y planes LGTBI	Véase apartado S1-5
		Adaptación de puestos de trabajo y procesos de selección inclusivos	
		Renovación de los convenios colectivos	
		Formaciones en el ámbito de la diversidad, equidad e inclusión	
		Fortalecimiento de programas de voluntariado corporativo	
		Becas formativas para personas con discapacidad	
		Trabajo para el afloramiento y continuidad de su compromiso por la diversidad	
		Prácticas laborales para víctimas de violencia de género	
		Formación a periodistas sobre cómo tratar los temas de salud mental	
Bienestar de los trabajadores	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de la promoción de un empleo estable y un entorno laboral gratificante de la Política General de Sostenibilidad y la Política de RRHH del Grupo	Lanzamiento de la plataforma a3mia para la optimización de gestión de los empleados	Véase apartado S1-5
		Lanzamiento del portal de Talento para la incorporación a nuevos puestos de trabajo	
		Beneficios sociales y mejora en las condiciones de trabajo	
Formación	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de apoyar al capital humano del Grupo de la Política General de Sostenibilidad y de la Política de RRHH del Grupo	Lanzamiento del Campus Atresmedia para centrar la oferta formativa	Véase apartado S1-5
		Formación para todos los empleados en diferentes formatos: presencial, online, híbrido.	
		Programas para acceder a formaciones especializadas a petición de los empleados	
Seguridad y salud	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para todas las personas, recogido en la Política General de sostenibilidad, la Política de RRHH y la Política de Seguridad y Salud.	Auditorías y evaluaciones anuales en materia de PRL. Contratación de asesoría en PRL.	Véase apartado S1-5
		Evaluaciones psicosociales	
		Cursos de formación en PRL	
		Controles de las condiciones ambientales de los centros de trabajo, así como mantenimiento de desfibriladores y equipos de medición	
		Campañas de Salud, reuniones con los comités de Seguridad y Salud y puesta a disposición del servicio de asistencia médica.	
Protección de datos y privacidad de los trabajadores	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de política de protección de datos	Envío de comunicaciones a los trabajadores en materia de protección de datos, así como recordatorios sobre el Modelo de Protección de Datos	Objetivo general sin metas específicas
		Formación específica a periodistas de Antena 3 y laSexta en protección de datos.	
		Formación de tratamiento de datos personales a sus empleados	

Las cuantías consolidadas del CapEx durante el ejercicio 2025 pueden consultarse en la Nota 6 “Otros activos intangibles” y la Nota 7 “Inmovilizado material”, y las del OpEx en la Nota 18 “Ingresos y gastos”, en concreto el apartado d) Otros gastos de explotación, de las Cuentas Anuales Consolidadas.

Parámetros y metas

S1-5: Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa

Atresmedia, cuenta con metas asociadas a los objetivos de sus políticas y planes de actuación. No obstante, estas metas no han sido definidas con relación a un año base, ni cuentan con parámetros cuantitativos de cumplimiento, ni un plazo fijo para su consecución. Tampoco ha establecido un plazo para establecerlas, aunque tiene la intención de hacerlo en el futuro.

En cualquier caso, las actuaciones llevadas a cabo por Atresmedia están orientadas a:

- Impulsar las incidencias positivas sobre sus empleados.
- Gestionar las incidencias negativas reales y potenciales sobre su personal propio.
- Gestionar los riesgos y las oportunidades relacionadas con su personal propio.

A continuación, se detallan las principales metas, relacionadas con los diferentes objetivos:

Mejora de la conciliación laboral

- **Avanzar progresivamente en la implantación del trabajo a distancia, dando cumplimiento a lo establecido en cada convenio colectivo.** Atresmedia considera que esta meta se ha cumplido en 2025, con un teletrabajo de hasta 8 días al mes en alguna de las sociedades del Grupo.

Empleo e inclusión de personas con discapacidad

- **Aumentar el número de personas con discapacidad en el personal propio de Atresmedia,** siendo al menos de un 2% de la plantilla total del Grupo. Atresmedia ha cumplido con esta meta en 2024 y en 2025.

Diversidad, Equidad e Inclusión.

- **Contar con planes de Igualdad y protocolos de acoso para todas las empresas del Grupo a las que son de aplicación.** El objetivo de asegurar la disponibilidad de planes de Igualdad y protocolos de acoso en todas las empresas del Grupo a las que son de aplicación se ha abordado mediante diversas acciones y continúa en desarrollo.

Formación y desarrollo:

- **Estrategia de Formación y Talento 2026.** Crecer Juntos en Atresmedia. El principal propósito es impulsar el desarrollo profesional y la colaboración interna como pilares de la cultura corporativa del Grupo. Para ello, Atresmedia se plantea como objetivo mantener los indicadores de calidad cercanos al 9 sobre 10, así como lograr el máximo compromiso de los distintos equipos, impulsando canales de escucha activa para incorporar contenidos de interés, comunidades, y una cultura de colaboración e innovación.

Prevención de Riesgos Laborales y planificación de la actividad preventiva

Anualmente, y como parte de la mejora continua, desde el Servicio de Prevención Mancomunado se establecen objetivos y metas de prevención de riesgos laborales, con seguimiento trimestral. En este sentido para 2026 se han fijado dos objetivos anuales de prevención con metas asociadas:

Objetivo 1. Realizar la coordinación de actividades empresariales. Para hacer seguimiento de este objetivo se han establecido tres metas principales.

Meta 1, Realizar un seguimiento mensual de los indicadores de coordinación de actividades empresariales. El plazo de consecución es diciembre de 2026 y su seguimiento es booleano (realizada/no realizada)

Meta 2, Reforzar el seguimiento del trámite tanto con proveedores como con el área contratante. El plazo de consecución es diciembre de 2026 seguimiento es booleano (realizada/no realizada)

Meta 3. Realizar reuniones con las áreas afectadas por trabajos sin homologar. El plazo de consecución es diciembre de 2026 y seguimiento es booleano (realizada/no realizada)

Objetivo 2. Mejorar la oferta formativa en prevención. Concretamente, dentro de este objetivo se han establecido dos metas para 2026:

Meta 1. Impartir un curso de Primeros Auxilios presencial en el centro de trabajo de San Sebastián de los Reyes con acceso vía *streaming* para las emisoras, delegaciones y otros centros de trabajo. El plazo de consecución es junio de 2026 y su seguimiento es booleano (realizada/no realizada)

Meta 2. Impartir un curso de Conducción Segura para los Técnicos de la sociedad Uniprex. El plazo de consecución es junio de 2026 y su seguimiento es booleano (realizada/no realizada)

S1-6: Características de los asalariados de la empresa

A continuación, se presenta la información relativa a las características clave de los asalariados del personal propio del Grupo Atresmedia, en España y Portugal por sexo y su comparativa con 2024:

	2024	2025			Variación anual (%)
Sexo	España	España	Portugal	Total	
Hombre	1.266	1.247	13	1.260	-0,47%
Mujer	1.400	1.366	17	1.383	-1,21%
Otro	-	-	-	-	
No comunicado ⁴¹	-	-	-	-	
N.º total de asalariados	2.666	2.613	30	2.643	-0,86%

La siguiente tabla muestra el número de asalariados del Grupo Atresmedia por tipo de contrato y sexo:

	2024			2025					Variación anual (%)
	ESPAÑA			ESPAÑA		PORTUGAL		TOTAL	
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer		
Número de asalariados (número de personas)	1.266	1.400	2.666	1.247	1.366	13	17	2.643	-0,86%
Número de asalariados permanentes (número de personas)	1.164	1.261	2.425	1.160	1.235	13	16	2.424	-0,04%
Número de asalariados temporales (número de personas)	102	139	241	87	131	0	1	219	-9,13%
Número de asalariados de horas no garantizadas (número de personas)	0	0	0	0	0	0	0	0	0

⁴¹ En adelante, el desglose por género se hará únicamente entre Hombres y Mujeres dado que Atresmedia no cuenta con personal propio en las categorías de Otro o No notificado.

Número de asalariados a tiempo completo (número de personas)	1.250	1.376	2.626	1234	1343	13	17	2607	-0,72%
Número de asalariados a tiempo parcial (número de personas)	16	24	40	13	23	0	0	36	10,00%

A continuación, se ofrece información sobre el número de empleados que han abandonado la empresa en 2025, incluyendo el abandono voluntario, por despido, jubilación o fallecimiento y la correspondiente tasa de rotación.

	2024	2025	Variación anual (%)
N.º de asalariados que han abandonado la empresa ⁴²	186	329	76,88%
Tasa de rotación de asalariados (%)	6,98%	12,37%	77,26%
N.º de asalariados que han abandonado la empresa voluntariamente	-	269	-
Tasa de rotación voluntaria	-	10,11%	

En cuanto a la metodología utilizada, se ha utilizado como numerador el número total de asalariados que han abandonado la empresa y como denominador el número de asalariados de 2025. El número medio de asalariados del 2025 viene reflejado en la Nota 18 de las CCAACC⁴³.

S1-7: Características de los trabajadores no asalariados en el personal propio de la empresa

Conforme al apéndice C de la NEIS 1 (lista de requisitos de información introducidos paulatinamente), Atresmedia no divulgará en el presente ejercicio la información sobre no asalariados debido a que la Compañía puede omitir la información de dicho requisito de divulgación durante el primer año de elaboración del Informe de Sostenibilidad.

S1-8: Cobertura de la negociación colectiva y diálogo social

En 2025, el 90,13% de los asalariados en España estaba cubierto por convenios colectivos ya sean propios o sectoriales, siendo el resto el personal directivo. En Portugal, los empleados de Lastlap se rigen por lo establecido en el régimen general de Portugal. Por su parte, ocho de las sociedades del Grupo Atresmedia cuentan con Comité de Empresa, representando a un total del 69% de los asalariados de estas sociedades en España.⁴⁴

2024	Cobertura de la negociación colectiva		Diálogo social	2025	Cobertura de la negociación colectiva		Diálogo social
Tasa de cobertura	Asalariados EEE	Asalariados No EEE	Asalariados (EEE)	Tasa de cobertura	Asalariados EEE	Asalariados No EEE	Asalariados (EEE)
0 - 19%	-	-	-	0 - 19%	Portugal	-	Portugal
20 - 39%	-	-	-	20 - 39%	-	-	-
40 - 59%	-	-	-	40 - 59%	-	-	-
60 - 79%	-	-	España	60 - 79%	-	-	España
80 - 100%	España	-	-	80 - 100%	España	-	-

⁴² El incremento del número de empleados que abandonan la empresa se debe principalmente al plan de prejubilación del Grupo.

⁴³ El número de asalariados del 2025 presentado en este Informe no coincide con el dato proporcionado en las CCAACC dado que estas últimas cuentan como asalariados a los consejeros ejecutivos y no a los trabajadores de Fundación Atresmedia, al revés de lo que se considera en el dato de este Informe.

⁴⁴ Los empleados de Lastlap en Portugal son solo 30 y no cuentan con representación sindical porque los asalariados no la han constituido. Además, aunque no tienen convenio propio se rigen por el denominado "Lei Geral do Trabalho",

S1-9: Parámetros de diversidad

Se presenta a continuación la información relativa a la distribución por género de la alta dirección del Grupo, así como la distribución de su personal propio asalariado por tramos de edad:

	2024		2025		Variación anual (%)
	Número	Porcentaje	Número	Porcentaje	
Mujeres en la Alta Dirección	3	21,4%	3	21,4%	0,00%
Hombres en la Alta Dirección	11	78,6%	11	78,6%	0,00%
Total	14	100%	14	100%	0,00%

	2024	2025			Variación anual (%)
	Total	Hombres	Mujeres	Total	
<30	496	183	312	495	-0,20%
30-50	1374	668	720	1.388	1,02%
>50	796	409	351	760	-4,52%

S1-10: Salarios adecuados

Todos los asalariados del personal propio del Grupo Atresmedia perciben un salario adecuado conforme a la legislación nacional aplicable.

S1-11: Protección social

Todos los asalariados del Grupo Atresmedia cuentan con protección social frente a la pérdida de ingresos derivada de acontecimientos vitales relevantes, como enfermedad, desempleo, accidentes laborales, discapacidad adquirida, permiso parental y jubilación, en línea con la legislación española. Esta cobertura se ofrece a través de programas públicos y prestaciones proporcionadas por la Compañía, desde el momento en que el trabajador se incorpora al Grupo.

S1-12: Personas con discapacidad

En las siguientes tablas se presenta la información relativa a los asalariados con discapacidad dentro del personal propio de Atresmedia, segregado por sexo y su comparativa con 2024

	2024		2025		Variación	
	N.º asalariados	Porcentaje %	N.º asalariados	Porcentaje %	N.º	Porcentaje %
Hombre	36	1,35%	32	1,21%	-11,11%	-10,37%
Mujer	22	0,83%	24	0,91%	9,09%	9,64%
Total	58	2,18%	56	2,12%	-3,45	-2,75%

S1-13: Parámetros de formación y desarrollo de capacidades

En línea con su compromiso con su personal propio, el Grupo imparte formación a sus asalariados promoviendo el desarrollo de sus capacidades. A continuación, se presenta la información relativa al número medio de horas de formación y desempeño profesional que imparte Atresmedia a su personal propio y su comparativa con 2024:

	2024		2025		Variación	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Directivos	12	12	13,25	12,73	10,4%	6,1%
Técnicos	11	14	8,99	12,80	-18,3%	-8,6%
Administrativos	16	17	6,75	10,34	-57,8%	-39,2%
Otras Categorías	9	8	4,12	5,67	-54,2%	-29,1%
Total	12	12,75	8,28	10,4	-31,0%	-18,43%

S1-14: Parámetros de salud y seguridad

A continuación, se muestra la información sobre de qué manera están protegidos los empleados de Atresmedia por su sistema de gestión de salud y seguridad. También se incluyen las situaciones vinculadas al absentismo, las enfermedades y accidentes, y los días de trabajo perdidos por el personal asalariado del Grupo.

La siguiente tabla muestra los datos relativos a las empresas del Grupo que forman parte del Sistema de Prevención Mancomunado, que incluye a todas las sociedades a excepción de la sociedad Lastlap la cual, tras su incorporación al Grupo en julio de 2025, mantiene su propio sistema de Prevención. Por esta razón, los datos de esta sociedad se dan de forma separada.

	2024	2025	Variación
Porcentaje de trabajadores cubiertos por el sistema de gestión de seguridad y salud (%)	100	100	0
Porcentaje de trabajadores cubiertos por el sistema de gestión de seguridad y salud auditado	100	100	0
Número de víctimas mortales por lesiones y problemas de salud relacionados con el trabajo	0	0	0
Número de accidentes laborales durante el ejercicio	41	35	-14,63%
Tasa de accidentes ⁴⁵	8,82%	8,02%	-9,07%
Casos de problemas de salud relacionados con el trabajo (asalariados)	859	881	2,56%
Número de días perdidos por accidentes laborales	29504	31785	7,73%
Horas trabajadas	4.654.736	4.361.744	-6,29%

En 2025, el 100% de los asalariados de Lastlap estaba cubierto por el Sistema de Gestión de la Seguridad y la Salud. En cuanto a la tasa de accidentes, se ha situado en 23,5%, no habiéndose registrado víctimas mortales por accidentes relacionados con el trabajo y tan solo dos accidentes laborales en los últimos seis meses del año.

⁴⁵ En 2025 se incluyen como accidente laboral registrable todos los comunicados a la Mutua, incluyendo accidentes con y sin baja, in itinere y no in itinere.

En cuanto a los días perdidos se han registrado un total de 29 días en el mismo periodo. En cuanto a las horas trabajadas, el número asciende a 850 horas.

SI-15: Parámetros de conciliación laboral

Atresmedia informa a continuación sobre la medida en que sus asalariados tienen derecho a permisos por motivos familiares y la medida en que recurren a ellos. De esta manera, se presenta la información relativa a los parámetros de conciliación laboral del Grupo en el ejercicio 2024:

	Porcentaje con derecho a acogerse		Porcentaje que disfrutó de los permisos		Variación	
	2024	2025	2024	2025	Derecho a acogerse	Disfrutó permisos
Hombres	100	100	4,70%	3,17%	0	-32,46%
Mujeres	100	100	3,90%	3,47%	0	-11,01%
Total	100	100	4,28%	3,33%	0	-22,21%

SI-16: Parámetros de remuneración (brecha salarial y remuneración total)

A continuación, se presenta la información relativa a los parámetros de remuneración de Atresmedia, incluyendo aspectos como las diferencias de remuneración entre hombres y mujeres asalariados y su evolución respecto al año anterior.

% Brecha salarial por categoría profesional			
Categoría Profesional	2024	2025	Variación
Alta dirección	36,92%	29,58%	-19,88%
Directivos	21,12%	28,25%	33,75%
Mandos intermedios	8,02%	13,36%	66,59%
Técnicos	7,88%	8,41%	6,70%
Administrativos	0,47%	3,05%	548,06%
Otras categorías	-2,53%	2,24%	-188,44%
Total	24,04%	30,33%	-26,18% ⁴⁶

La siguiente tabla muestra la ratio de diferencia entre la persona mejor pagada y la media de los asalariados y su comparativa con 2024.

Ratio de remuneración entre la persona mejor pagada y la mediana del resto de asalariados		
2024	2025	Variación
42	55,44	32%

La elevada ratio de remuneración entre la persona mejor pagada y la mediana del resto de asalariados se debe a que en el Grupo la remuneración de varias personas tiene un doble componente: como trabajador y como personalidad con un rol artístico.

⁴⁶ La variación significativa en la brecha en casi todas las categorías es consecuencia del plan de prejubilación que el Grupo ha puesto en marcha en 2025.

S1-17: Incidentes, reclamaciones e incidencias graves relacionados con los derechos humanos

En las siguientes tablas se presenta la información relativa a los incidentes o reclamaciones laborales, así como las incidencias graves, relacionados con los Derechos Humanos en lo que respecta a su personal propio. Se incluyen aspectos como los casos de discriminación y los casos de incidentes relacionados con los Derechos Humanos.

En 2025 se han recibido 6 denuncias relacionadas con la discriminación, incluyendo el acoso laboral y acoso sexual, tres de ellas a través del canal de consultas y denuncias y otras 3 por otros cauces establecidos. Todas ellas han sido gestionadas de acuerdo con los procedimientos y protocolos establecidos, realizándose las investigaciones oportunas.

- N.º total de casos de discriminación incluido el acoso: 0
- N.º de reclamaciones presentadas a través del canal por miembros del personal: 3
- N.º de reclamaciones presentadas a través de otras vías: 3
- N.º total de casos graves en materia de DDHH: 0

En 2025 el Grupo Atresmedia no ha recibido sanciones por casos de acoso laboral.

NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor

La cadena de valor de Atresmedia comprende el conjunto de actividades, recursos y conexiones vinculados con su modelo de negocio y su contexto operativo. El Grupo identifica como trabajadores de su cadena de valor a aquellas personas involucradas en las etapas previas y posteriores de su actividad empresarial, así como a aquellos que trabajan en las instalaciones del Grupo sin ser parte de su personal propio (asalariados y no asalariados).

El Grupo Atresmedia asume el compromiso de respetar y proteger los Derechos Humanos y Laborales de todos los trabajadores a lo largo de su cadena de valor, promoviendo condiciones justas en todas sus operaciones.

Estrategia

NEIS 2 SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas

Atresmedia es consciente del papel que su modelo de negocio puede tener en la creación, mitigación o agravamiento de impactos materiales significativos relacionados con los derechos humanos y laborales de los trabajadores de su cadena de valor.

Gracias al análisis de doble materialidad, Atresmedia identificó impactos, riesgos y oportunidades (IROs) que podían afectar a estos trabajadores y que están relacionados, principalmente, con asuntos como las condiciones de trabajo, la igualdad de oportunidades y los derechos humanos y laborales. Además, en el análisis se consideró la perspectiva de los proveedores de bienes y servicios del Grupo, de los proveedores de contenidos (productoras y distribuidoras) y de los principales clientes (agencias y anunciantes) sobre el modelo de negocio del Grupo y los diferentes IROs identificados, incluyendo aquellos que afectan a sus trabajadores.

Aunque el Grupo no dispone de canales de comunicación exclusivos para que los trabajadores de la cadena de valor expresen sus inquietudes, mantiene una actitud colaborativa y comunicativa con ellos, particularmente con los que trabajan en sus instalaciones. Esta comunicación se produce, fundamentalmente, con el área que tiene una relación directa con los trabajadores de los servicios subcontratados. Asimismo, al igual que cualquier otro grupo de interés, los empleados de la cadena de valor tienen la posibilidad de utilizar el canal de consultas y denuncias de Atresmedia para reportar posibles incumplimientos del Grupo.

Adicionalmente, el análisis de diligencia debida en derechos humanos de Atresmedia incluye mecanismos para velar por el respeto a los derechos humanos y laborales de sus trabajadores y de los de la cadena de valor. Estos mecanismos contribuyen a minimizar la aparición de impactos negativos o riesgos potenciales sobre los trabajadores de las empresas subcontratadas. Entre ellos se encuentran la incorporación de cláusulas contractuales de respeto a los derechos humanos y laborales, incluyendo las disposiciones de la OIT, en sus contratos con proveedores o la realización de la coordinación de actividades empresariales en materia de prevención de riesgos laborales cuando procede.

El Grupo, no obstante, comprende que el control que puede ejercer sobre estos últimos es limitado y espera que sea el empleador quien garantice la protección de sus derechos y atienda sus intereses y puntos de vista.

NEIS 2 SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio

Los impactos y riesgos⁴⁷ potenciales sobre los trabajadores de la cadena de valor, identificados en el análisis de doble materialidad que el Grupo llevó a cabo en 2023, están asociados a las siguientes temáticas materiales: “Relación e Impacto en la Comunidad” y “Derechos Humanos y Laborales”:

⁴⁷ Téngase en cuenta que no se han identificado oportunidades materiales

	IROs	Descripción	Políticas	Cadena de Valor
RELACIÓN E IMPACTO EN LA COMUNIDAD				
 Impacto positivo	Iniciativas de inclusión sociolaboral	La colaboración con fundaciones y asociaciones que prestan servicios profesionales a terceros supone un impacto positivo en determinados trabajadores, ya que contribuye a la inclusión sociolaboral de diferentes colectivos vulnerables, como pueden ser las personas con discapacidad, al tiempo que se impulsa la diversidad en la cadena de valor.	Política General de Sostenibilidad	Aguas arriba
DERECHOS HUMANOS Y LABORALES				
 Impacto positivo	Generación de empleo en la cadena de valor	El Grupo, con su línea de diversificación y su estrategia de inversión en startups, apoya a las pequeñas empresas, las ayuda a generar riqueza y contribuye a la creación de empleo de calidad, generando un impacto positivo en los trabajadores de estas empresas.		Aguas arriba
 Riesgo potencial	Incumplimiento de la legislación sobre DDHH y laborales	El incumplimiento por parte de un colaborador de Atresmedia (por ejemplo, una productora) de la legislación sobre derechos humanos y laborales, ya sea por fallo de los mecanismos de control del Grupo o por otras cuestiones no dependientes de Atresmedia, podría desencadenar repercusiones reputacionales para Atresmedia.		Aguas arriba
 Riesgo potencial	Fallo en la ejecución de las medidas de Seguridad y Salud	Si las medidas de seguridad y salud no se ejecutasen de forma correcta, existe un riesgo asociado a posibles accidentes de los trabajadores de las empresas subcontratadas, por ejemplo, durante el desarrollo de un rodaje en las instalaciones del Grupo, que podría derivar en repercusiones financieras y reputacionales para Atresmedia.		Operaciones propias

Todos los riesgos anteriormente descritos son potenciales y, ninguno de ellos deriva directamente de un impacto negativo real sobre los trabajadores de la cadena de valor. Cabe señalar, además, que ninguno de los riesgos reportados supera en sí mismo el umbral de materialidad definido por Atresmedia en su análisis. Sin embargo, dado que Atresmedia reporta por temática y como consecuencia de la identificación del asunto “Derechos Humanos y Laborales” como material, se incluyen en el informe impactos y riesgos que pueden afectar a estos trabajadores.

Adicionalmente, en el **proceso de diligencia debida en derechos humanos** desarrollado en 2023 **se evaluó** si la actividad del Grupo podía derivar en vulneraciones de los derechos humanos. Como parte del proceso se siguieron las siguientes fases:

1. Constitución de un grupo de trabajo de derechos humanos. Se constituyó un grupo de trabajo específico en Derechos Humanos, con representación de todas las actividades relevantes del Grupo y la perspectiva de todos los titulares de derecho que pudieran verse afectados; incluyendo a los trabajadores de la cadena de valor. El objetivo era llegar a un entendimiento profundo de cómo la actividad de Atresmedia podía influir en los derechos humanos y laborales de sus grupos de interés.

2. Identificación y evaluación de los derechos humanos materiales. Se identificaron y evaluaron los derechos humanos más relevantes para el Grupo Atresmedia a lo largo de su cadena de valor, incluyendo la perspectiva por país⁴⁸, por sector y de la propia compañía. A nivel país, se consideró la totalidad de países en los que Atresmedia tiene presencia a través de sus propias operaciones, así como aquellos en los que mantiene relaciones comerciales (tanto *upstream* como *downstream*). A nivel de sector, se consultaron diferentes fuentes del sector medios de comunicación. Finalmente, a nivel de Compañía, se analizó si el Grupo había estado involucrado en algún impacto adverso originado, comunicado a través del Canal de Consultas y Denuncias o

⁴⁸ Los países analizados en el proceso de Diligencia Debida en materia de Derechos Humanos fueron España, Austria, Colombia, Francia, Alemania, Irlanda, México, Países Bajos, Turquía, Reino Unido y Estados Unidos.

de los siguientes puntos de contacto: OECD *National Contact Point* (NCP) y *The Business and Human Rights Resource Centre* (BHRRC).

En el proceso de evaluación de la debida diligencia, se tuvieron en cuenta, entre otros, los siguientes derechos: la libertad de expresión; el honor, la intimidad y la propia imagen, el trabajo forzoso e infantil, la seguridad y la salud, la discriminación o la propiedad intelectual

Tras el análisis se identificó que los derechos humanos materiales para el Grupo eran:

- **La protección de los datos personales**
- **La propiedad intelectual**
- **La intimidad, honor y propia imagen**
- **La libertad de opinión y expresión**

El análisis consideró, además, impactos potenciales que pudieran afectar a grupos vulnerables a lo largo de la cadena de valor, principalmente, menores, trabajadores migrantes, mujeres y trabajadores de las empresas subcontratadas.

Cabe señalar que, como resultado de dicho análisis, no se detectaron riesgos significativos de trabajo infantil, forzoso u obligatorio entre los trabajadores de su cadena de valor, ni se identificaron grupos específicos de trabajadores particularmente vulnerables a lo largo de la cadena de valor.

3. Identificación de mecanismos y medidas de protección. Se identificaron los mecanismos implementados por el Grupo y las medidas adoptadas para evitar vulneraciones y velar por la protección de todos los derechos identificados como materiales.

4. Elaboración del Manual de Diligencia Debida. Finalizado el análisis, se documentó el proceso, los derechos materiales y los mecanismos puestos en marcha para protegerlos y mitigar posibles impactos negativos y se concluyó que estos eran suficientes para velar por su respeto y que, por tanto, no se requería la implementación de medidas adicionales. Entre las medidas puestas en marcha por Atresmedia para velar por el respeto de los derechos humanos se encuentran: la inclusión de cláusulas contractuales de respeto a los derechos humanos y laborales y las disposiciones de la OIT en sus contratos con proveedores, el protocolo sobre riesgos relacionados con el posible uso de productos sujetos al régimen legal de propiedad intelectual sin disponer de derechos, las formaciones sobre protección de datos personales, etc.

Tipología de trabajadores de la cadena de valor de Atresmedia

El Grupo Atresmedia, con el objetivo de facilitar la comprensión de su relación con su cadena de valor, ha identificado y segmentado a los principales trabajadores de la cadena de valor que podrían verse afectados de manera significativa y generalizada⁴⁹ por su actividad:

1. **Los trabajadores de empresas subcontratadas que desarrollan su actividad en los emplazamientos del Grupo o en emplazamientos gestionados por Atresmedia**, incluyendo:
 - Los trabajadores que realizan actividad propia del Grupo y que desarrollan su actividad en sus centros, como, por ejemplo, las productoras que realizan actividades relacionadas con la emisión de programas para laSexta y Antena 3 en las instalaciones de Atresmedia.
 - Los trabajadores de empresas subcontratadas que realizan actividad propia del Grupo y que desarrollan su actividad en centros que son gestionados por Atresmedia. Por ejemplo, los empleados de una productora subcontratada que realizan un programa de Atresmedia en instalaciones que no son del Grupo.
 - Los trabajadores de empresas subcontratadas que realizan actividades no propias del Grupo Atresmedia en sus instalaciones, como por ejemplo los empleados que ofrecen servicio de catering o los servicios de limpieza, entre otros.

⁴⁹ Se ha determinado que la totalidad de los impactos negativos se consideran generalizados, dado que tienen la potencialidad de afectar a un amplio grupo de trabajadores de la cadena de valor y no se limitan a casos individuales específicos.

- Los trabajadores de empresas subcontratadas para obras de construcción en las instalaciones del Grupo, como pueden ser los empleados que hacen labores de mantenimiento.
- 2. **Los trabajadores de las fases anteriores de la cadena de valor** que incluyen principalmente a los empleados de las empresas que prestan bienes, servicios y contenidos al Grupo en otros emplazamientos, como pueden ser los trabajadores de las productoras que Atresmedia subcontrata para realizar productos audiovisuales fuera de las instalaciones del Grupo.
- 3. **Los trabajadores de las fases posteriores de la cadena de valor** que incluyen principalmente a los empleados de las agencias y anunciantes que compran el espacio publicitario de Atresmedia.
- 4. **Los trabajadores de las empresas participadas por Atresmedia**, principalmente Buendía Estudios y Hola TV, entre otras.

Como se ha explicado anteriormente en la descripción de IROs, Atresmedia ha identificado riesgos vinculados a la subcontratación de servicios. Dentro de su Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales, el Grupo realiza la coordinación de actividades empresariales acorde a la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, ajustando las actuaciones, procedimientos y solicitudes de información a las particularidades de cada relación.⁵⁰

Actividades con impacto positivo en trabajadores de la cadena de valor

Además, de las medidas para prevenir impactos negativos y posibles vulneraciones sobre los trabajadores de la cadena de valor, el Grupo participa en diversas iniciativas que generan impactos positivos, entre las que se encuentran las siguientes actuaciones:

1. A través del desarrollo de nuevos negocios y de la inversión en startups, Atresmedia contribuye la generación de empleo de calidad y riqueza.
2. A través de la colaboración con fundaciones y asociaciones que promueven la inserción laboral y la empleabilidad de colectivos vulnerables mediante la prestación de servicios profesionales a terceros, Atresmedia contribuye a generar una cadena de valor diversa

Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades

S2-1: Políticas relacionadas con los trabajadores de la cadena de valor

Atresmedia se basa en diversos marcos de referencia, como sus políticas propias y las disposiciones de la OIT, para garantizar el cumplimiento de los derechos y bienestar laboral de los trabajadores de su cadena de valor, incluyendo:

- El Código de Conducta de Atresmedia.
- El Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales y la Política de Seguridad, Salud y Bienestar.
- El Manual de Debida Diligencia en Derechos Humanos del Grupo Atresmedia.

El Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales y la Política de Seguridad, Salud y Bienestar

Tal y como se menciona en el apartado S1-1, Atresmedia cuenta con un **Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales, certificado bajo la norma ISO 45001**, que define las pautas de actuación, la estructura organizativa, los recursos y los procedimientos necesarios para implementar las medidas relacionadas con la prevención de riesgos laborales. Dentro de este sistema se establece la coordinación de actividades empresariales para la subcontratación de trabajos de las empresas del Grupo que están adheridas al Servicio de Prevención Mancomunado y se establecen los procedimientos a seguir para asegurar que los trabajadores de estas empresas desarrollan su actividad con seguridad.

Como parte del Sistema, la Política de Seguridad, Salud y Bienestar de Atresmedia, actualizada y aprobada en 2025 por el Consejero Delegado del Grupo, contiene los principios claves de seguridad y salud que el Grupo se

⁵⁰ Atresmedia no ha detectado impactos negativos sobre los trabajadores de la cadena de valor, y, por tanto, tampoco sobre trabajadores especialmente vulnerables a los mismos.

compromete a cumplir en el desarrollo de su actividad y el reconocimiento de estos como elemento clave de la gestión empresarial de todo el Grupo Atresmedia.

El Manual de Debita Diligencia en Derechos Humanos del Grupo Atresmedia

El Manual de Debita Diligencia de Atresmedia, que como se ha explicado con anterioridad fue elaborado por el grupo de trabajo de derechos humanos, recoge la identificación de los derechos humanos más relevantes para el Grupo, así como las medidas y mecanismos implementados para prevenir posibles vulneraciones o impactos adversos sobre estos. El manual también establece el compromiso del Grupo de minimizar sus efectos y ofrecer la reparación a las personas afectadas en caso de que se materialicen estos impactos. En dicho procedimiento se consideraron los derechos enunciados en la Carta Internacional de los Derechos Humanos y los derechos fundamentales establecidos en la Declaración de la OIT y la Carta Europea de Derechos Humanos.

El compromiso con los derechos humanos de Atresmedia al que hace referencia el Manual de Diligencia Debita está recogido formalmente en el Código de Conducta del Grupo.

El Código de Conducta de Atresmedia

Para garantizar una relación positiva con todos los integrantes de su cadena de valor, Atresmedia fomenta el conocimiento y cumplimiento de su Código de Conducta entre sus proveedores y otros socios comerciales. Este código, aprobado por el Consejo de Administración, establece los principios que deben guiar las relaciones comerciales del Grupo, entre los que se incluyen la colaboración para alcanzar objetivos comunes y cumplir con la responsabilidad social de Atresmedia, la protección y el cumplimiento de la Carta Internacional de los Derechos Humanos de Naciones Unidas, los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Carta Europea de Derechos Humanos.

El Código de Conducta recoge el compromiso de Atresmedia de promover y estimular la adopción de prácticas avanzadas en materia de seguridad y salud entre sus proveedores y empresas colaboradoras, con el objetivo de que los trabajadores de estos realicen sus actividades con el mayor grado de seguridad posible. En él, suscrito junto al Modelo por los proveedores de bienes y servicios, se recoge explícitamente el rechazo al trabajo forzoso, obligatorio e infantil, en el marco de las disposiciones de la OIT.

A pesar de que Atresmedia no cuenta con un Código de Conducta específico para proveedores, en el procedimiento de homologación y adjudicación de proveedores de bienes y servicios se compromete a actuar conforme al Modelo de Cumplimiento, incluyendo las cuestiones relacionadas con los derechos humanos y laborales.

Además, en los contratos realizados para la prestación de servicio, incluidos los encargos de producción de contenidos, se incluye una cláusula relativa al cumplimiento normativo y prevención penal en la que la empresa contratada declara conocer y comprender el Modelo de Prevención Penal del Grupo y todos los documentos incluidos en él. De igual modo, existe una cláusula de sostenibilidad y, mediante la firma del contrato la empresa declara que, en el marco de la Política General de Sostenibilidad de Atresmedia, entre otros principios, fomenta la igualdad entre sus trabajadores y garantiza los derechos humanos y laborales, velando por el cumplimiento de las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y no permitiendo ningún tipo de discriminación por motivos de género, raza, orientación sexual, creencias religiosas, opiniones políticas, nacionalidad, origen social, discapacidad o cualquier otra circunstancia susceptible de ser fuente de discriminación.

Adicionalmente, se incorpora una cláusula relativa a la responsabilidad de la empresa en relación con la prevención de riesgos laborales, por la que esta se compromete, entre otras cuestiones, respecto a los trabajadores, a cubrir los posibles riesgos derivados del trabajo conforme a la normativa vigente en materia de prevención de riesgos laborales.

S2-2: Procesos para colaborar con los trabajadores de la cadena de valor en materia de incidencias

Atresmedia mantiene una predisposición al diálogo con los trabajadores de su cadena de valor para tratar asuntos laborales que puedan emerger en el desarrollo de su actividad (especialmente con aquellos que desarrollan su actividad en sus instalaciones). No obstante, y a pesar de no disponer de procesos formales para colaborar directamente con ellos o sus representantes, Atresmedia entiende que es responsabilidad de sus empleadores contar con los mecanismos correspondientes.

Además, como se ha mencionado anteriormente, el Grupo Atresmedia no cuenta con canales de comunicación específicos y exclusivos para los trabajadores de la cadena de valor. No obstante, aquellos que desarrollan su actividad en los emplazamientos de Atresmedia de forma permanente constituyen una parte fundamental del equipo humano de Atresmedia, y por ello, cada área responsable de la gestión y contratación del servicio actúa como interlocutor principal y punto de contacto entre estos y el Grupo, produciéndose la comunicación entre ellos de forma natural cuando es necesaria. Ejemplos: la Dirección de Servicios Generales se encarga de la relación con la empresa que presta el servicio de catering; la Dirección de Infraestructuras, de la relación con la empresa que presta los servicios de mantenimiento. Además, la Dirección de Prevención y Servicios Médicos se reúne periódicamente con todas estas empresas para tratar temas de seguridad y salud, realiza inspecciones de las condiciones de trabajo de los trabajadores de estas empresas o realiza posibles asistencias en el Servicio Médico.

S2-3: Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los trabajadores de la cadena de valor expresen sus inquietudes

Atresmedia entiende que debe contar con mecanismos que permitan a los trabajadores de su cadena de valor ejercer su derecho a la reparación en caso de que su propia actividad causara una vulneración de sus derechos humanos y laborales. De igual manera, Atresmedia considera que, como en el caso de la comunicación, es el empleador quien principalmente debe contar con mecanismos de protección de sus trabajadores y velar por que estas incidencias no se den y, en caso de darse, repararlas. Tras la realización del análisis de doble materialidad, el Grupo no ha identificado incidencias de importancia relativa sobre los trabajadores de la cadena de valor que hayan hecho necesario establecer mecanismos para su reparación.

No obstante, con el objetivo de **prevenir y facilitar la detección y de posibles impactos negativos** en los trabajadores de la cadena de valor, Atresmedia promueve entre sus proveedores de bienes y servicios, productoras, distribuidoras y clientes, incluidos los anunciantes y las agencias de publicidad, el conocimiento de los contenidos de su Modelo de Cumplimiento, incluyendo el Código de Conducta del Grupo. Además, pone a disposición tanto de su personal propio como de los trabajadores de su cadena de valor el Canal de Consultas y Denuncias, un mecanismo público, confidencial y accesible a través de la web corporativa del Grupo y la intranet, que permite realizar comunicaciones identificándose o de forma anónima, garantizando en todo caso la confidencialidad de la información y la protección de sus datos personales de acuerdo con la normativa aplicable.

Este canal está alineado con algunos de los estándares más exigentes, como es la Ley 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. Además, el canal de consultas y denuncias de Atresmedia ha sido configurado como un medio de comunicación preferente e integrado. Permite al Grupo recibir comunicaciones relacionadas con:

- Infracciones del Derecho de la Unión Europea incluidas en el ámbito de los actos enumerados en el Anexo de la Directiva (UE) 2019/1937. En 2025, el canal se ha habilitado asimismo como cauce para comunicar posibles incumplimientos del Reglamento (UE) 2024/900 en materia de identificación, transparencia y difusión de publicidad política difundida en los medios y soportes del Grupo Atresmedia.
- Infracciones del Derecho penal, administrativo y laboral español.
- Infracciones de la normativa interna del Modelo de Cumplimiento del Grupo Atresmedia.
- Cualquier otra conducta u omisión que infrinja el ordenamiento jurídico y afecte o menoscabe el interés general, o que suponga una vulneración de los Derechos Humanos, incluyendo situaciones de acoso laboral, acoso sexual, discriminación, seguridad y salud, derechos de los trabajadores, mercado y

consumidores, propiedad intelectual e industrial, información financiera y no financiera, protección de datos, fraude y corrupción, estafa, blanqueo de capitales, seguridad social, hacienda pública, y consultas sobre la aplicación del Modelo de Cumplimiento.

Las comunicaciones recibidas son revisadas y gestionadas de acuerdo con el procedimiento regulador de este canal con las debidas garantías de confidencialidad y protección del informante incorporando las medidas adecuadas para evitar cualquier tipo de represalia para el denunciante y garantizando asimismo los derechos del denunciado.

La gestión y el seguimiento son realizados por el Responsable de Cumplimiento y el equipo designado para tal fin, siguiendo cuatro fases principales: recepción, investigación, decisión y cierre. En la fase de decisión, se redacta el Plan de acción y se proponen las medidas necesarias para corregir, paliar y prevenir la irregularidad comunicada.

El Responsable de Cumplimiento evalúa el alcance y la gravedad de los hechos y circunstancias investigadas y elabora un informe de conclusiones que incluye la propuesta de resolución y las medidas a adoptar. En el ejercicio de sus funciones, actúa con autonomía de iniciativa y control, reportando exclusivamente al Comité de Cumplimiento Normativo y a la Comisión de Auditoría y Control.

S2-4: Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre los trabajadores de la cadena de valor, enfoques para gestionar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con los trabajadores de la cadena de valor y la eficacia de dichas actuaciones

Para Atresmedia el respeto y la protección de los Derechos Humanos y Laborales constituyen un pilar esencial. En su marco de influencia y actuación, establece medidas cuyo principal objetivo es que estos derechos se respeten en todas sus operaciones y relaciones con terceros. Parte de estas medidas, orientadas a prevenir y mitigar posibles impactos adversos en los derechos identificados como materiales por el Grupo Atresmedia, están recogidas en su Manual de Diligencia Debida de Derechos Humanos. Independientemente del colectivo que pueda verse afectado, cada área responsable es responsable del seguimiento y control de las medidas establecidas que le competen, para velar por la protección de los derechos humanos.

Por otra parte, para asegurar el respeto de los Derechos Humanos y Laborales de los trabajadores de su cadena de valor, Atresmedia dispone de las siguientes medidas, que se agrupan en tres grandes bloques:

1. **Medidas para los trabajadores de los proveedores de bienes y servicios: el procedimiento de homologación para proveedores de bienes y servicios y cláusulas contractuales.** El Grupo cuenta con un procedimiento digital de homologación con el que lleva a cabo un control de los proveedores de bienes y servicios con los que establece relaciones. Antes de alcanzar cualquier acuerdo, se solicita la documentación correspondiente en ámbitos como recursos humanos y prevención de riesgos laborales, entre otros, para reducir el riesgo de relacionarse con terceros que vulneren los derechos mencionados.

Además, en el proceso de homologación los proveedores suscriben la Declaración sobre el Modelo de Cumplimiento y Privacidad del Grupo Atresmedia, por el que se comprometen a adoptar las medidas necesarias para que sus actuaciones y las de su personal, se desarrollen de acuerdo a los principios y valores del Grupo Atresmedia, a no tolerar conductas delictivas ni situaciones contrarias al Modelo de Atresmedia y a, en el caso de detectarlas comunicarlas directamente al Grupo a través del canal de denuncias. Mediante la firma de la Declaración los proveedores de bienes y servicios homologados se comprometen a fomentar la igualdad de oportunidades y trato entre sus trabajadores y a respetar el principio de no discriminación. Por último, la Declaración incluye el compromiso de cumplimiento de la normativa europea y estatal en materia de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.

Junto con la Declaración, en el proceso de homologación, los proveedores de bienes y servicios deben aceptar las condiciones generales de contratación, que en su artículo 24 establece el compromiso del proveedor, respecto de los trabajadores y cualquier tercero.

2. **Medidas con impacto en los trabajadores de los proveedores de contenido: cláusulas contractuales.**

En cuanto a las relaciones comerciales con los proveedores de contenido, como se ha mencionado anteriormente, Atresmedia incluye en sus contratos con las productoras una cláusula en la que estas afirman que, entre otros principios, promueven la igualdad entre sus empleados y aseguran el respeto a los Derechos Humanos y Laborales, prohibiendo cualquier tipo de discriminación por género, raza, orientación sexual, creencias religiosas, opiniones políticas, nacionalidad, origen social, discapacidad o cualquier otra circunstancia que pueda ser fuente de discriminación.

Atresmedia promueve y difunde los contenidos de su Código de Conducta entre los proveedores de bienes y servicios, productoras, distribuidoras y clientes como los anunciantes y las agencias de publicidad.

3. **Medidas de seguridad y salud para todos los trabajadores de las empresas subcontratadas: coordinación de actividades empresariales.** En cuanto a la relación con las empresas subcontratadas y la seguridad y salud de los trabajadores de la cadena de valor, Atresmedia pretende establecer un sistema dinámico y flexible de mejora continua para la gestión de la prevención de riesgos laborales. La Dirección de Prevención y Servicios Médicos del Grupo Atresmedia cuenta con mecanismos para velar por que se respeten las condiciones de seguridad y salud de los trabajadores de empresas subcontratadas que prestan servicio a Atresmedia, minimizando los riesgos asociados al desarrollo de su actividad.

Como principal medida y, en cumplimiento de lo exigido por la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, Atresmedia gestiona la coordinación de actividades empresariales para las empresas del Grupo que están adheridas al Servicio de Prevención Mancomunado, tanto para empleados de empresas subcontratadas como para trabajadores de empresas de trabajo temporal. La información de la gestión de los asuntos de seguridad y salud de las empresas de trabajo temporal se detalla en el [capítulo S1](#), sobre personal propio.

Los riesgos de seguridad y salud sobre los trabajadores de la cadena de valor están relacionados principalmente con la prevención de riesgos laborales de los empleados de empresas subcontratadas que realizan sus actividades en las instalaciones del Grupo o bajo su coordinación, como puede ser, por ejemplo, con el personal del servicio de catering que desarrolla su actividad en la sede central. En estos casos, y como parte de la coordinación de las actividades empresariales, Atresmedia facilita a la empresa subcontratada información sobre los riesgos existentes, inherentes en sus centros de trabajo, las medidas de prevención y protección necesarias y los protocolos de emergencia, garantizando que los empleados de estas empresas puedan desarrollar su actividad con seguridad.

Por otro lado, el Grupo Atresmedia solicita a la empresa contratista, según lo dispuesto en la Ley de Prevención de Riesgos Laborales, información sobre las medidas de prevención de riesgos laborales que aplica para proteger a sus empleados que le prestan servicio. La Dirección de Prevención y Servicios Médicos de Atresmedia **solicita la información pertinente** para asegurar que los trabajos realizados se desarrollan conforme a las medidas de seguridad y salud establecidas. Entre la documentación que Atresmedia solicita a las empresas se incluyen: el Certificado de Cumplimiento Normativo en materia de PRL, un listado de trabajadores, la evaluación de riesgos laborales y la planificación de la actividad preventiva, así como los certificados de formación preventiva sobre la actividad que los trabajadores van a realizar.

Adicionalmente, cuando la legislación lo exige, Atresmedia **designa un Coordinador de Seguridad y Salud** que está presente durante el desarrollo de la actividad, para garantizar que se desarrolla de manera segura.

En el caso de la contratación a productoras de contenidos, cuya actividad no se realiza ni en las instalaciones de Atresmedia, ni con personal propio, se solicita a las empresas que **certifiquen que cumplen con las medidas necesarias** para que sus empleados puedan desarrollar su actividad con seguridad y conforme a la normativa vigente en la materia.

Gestión de los impactos materiales

La gestión de los impactos y riesgos descritos recae en diversas áreas de Atresmedia, en función de su naturaleza. Por ejemplo, la coordinación de actividades empresariales se ejecuta desde el área de Prevención de Riesgos Laborales y Servicios Médicos; la homologación de proveedores de bienes y servicios se gestiona desde el área de Compras; y la elaboración del manual de debida diligencia se llevó a cabo bajo la dirección de

Sostenibilidad, contando con la participación de diversas áreas entre las que se encuentran Asesoría Jurídica, Auditoría Interna o Relaciones Institucionales y asuntos regulatorios, entre otras.

Cabe destacar que, durante el ejercicio 2025, no se han notificado problemas y casos graves en materia de Derechos Humanos relacionados con las fases anteriores y posteriores de la cadena de valor.

Parámetros y metas

S2-5: Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa

En la actualidad, Atresmedia no dispone de metas cuantificables asociadas a los impactos y riesgos materiales relacionados con los trabajadores de la cadena de valor identificados en el análisis de doble materialidad. El Grupo tampoco espera establecerlas en el corto plazo, ya que considera que cuenta con un marco de control suficientemente robusto para prevenir y mitigar la materialización de posibles impactos y riesgos en materia de derechos humanos y laborales. No obstante, Atresmedia realiza un seguimiento continuo de las medidas que afectan a estos impactos y riesgos relacionados con los trabajadores de su cadena de valor.

En este sentido, y como se ha mencionado anteriormente, el proceso de Diligencia Debida incorpora una revisión periódica de los mecanismos implementados para garantizar su efectividad en la minimización de la probabilidad de ocurrencia de las temáticas identificadas como *'salient issues'* (entre ellos: *protección de datos personales; propiedad intelectual, intimidación, honor y propia imagen,*) y, en caso de materializarse, minimizar su impacto. Estas revisiones se llevan a cabo desde cada una de las áreas responsables de los controles establecidos, como parte de sus funciones habituales.

Adicionalmente, el Grupo revisa periódicamente sus políticas y procedimientos internos para asegurar que pueden responder a la identificación y evolución de nuevos riesgos en sus operaciones, cadena de suministro y otras relaciones comerciales.

NEIS S4 Consumidores y Usuarios finales

El Grupo Atresmedia es consciente de la importancia que los aspectos sociales tienen para su modelo de negocio, tanto por el impacto que puede generar en sus clientes y en su audiencia, como por la necesidad de entender y adaptarse al entorno social en el que opera.

La misión del Grupo consiste en “difundir una oferta informativa y de entretenimiento diversa, innovadora y de calidad, que responda a las necesidades de sus grupos de interés”, atendiendo a las inquietudes e intereses tanto de su audiencia, como de sus anunciantes. Para cumplir con esta responsabilidad, trabaja constantemente por ofrecer contenido informativo y de actualidad responsable, veraz y de calidad, luchar contra las *fake news* y la desinformación, velar por una publicidad ética y responsable, garantizar la accesibilidad de los contenidos e impulsar la Alfabetización Mediática e Informativa. Además, se preocupa por contar con una oferta de entretenimiento atractiva e innovadora que capte la atención de su audiencia y de sus anunciantes y trabaja especialmente para que estos últimos entiendan el valor que tiene elegir al Grupo Atresmedia como espacio para promocionar sus marcas, donde innovación, cobertura, alcance y seguridad están garantizados.

Este compromiso ha llevado al Grupo a ser reconocido, un año más, como referente informativo y de confianza en España, según el prestigioso informe de *Reuters Institute* y la Universidad de Oxford *Digital News Report 2025*. Antena 3 ha alcanzado el mayor índice de confianza (50%) mientras que laSexta se ha posicionado como la segunda cadena privada más confiable (42%).

Estrategia

NEIS 2 SBM-2: Intereses y opiniones de las partes interesadas

Atendiendo a la influencia que su modelo de negocio puede tener en la sociedad, Atresmedia desarrolla diferentes actuaciones que buscan generar impactos positivos en el entorno en el que opera. Con ellas, pretende responder a los intereses y opiniones de sus consumidores y usuarios, velando siempre por el respeto de sus derechos. Del mismo modo, entiende que, en ocasiones, su actividad puede influir en la creación o agravamiento de impactos negativos y, por este motivo, cuenta con mecanismos de protección y desarrolla medidas adicionales para minimizar su aparición, mitigar sus efectos y, en los casos en los que sea necesario, repararlos.

Atresmedia distingue, principalmente entre tres tipos de consumidores y usuarios de sus productos y servicios, siendo los dos primeros los más relevantes para su negocio:

- **Su audiencia:** usuario mayoritario del producto de Atresmedia (contenido informativo y de entretenimiento en televisión lineal, radio, digital, cine y plataforma atresplayer OTT y suscriptores de atresplayer Premium).
- **Las agencias y anunciantes:** principales clientes de Atresmedia y consumidores de sus espacios publicitarios.
- **Otros usuarios y clientes:** Atresmedia cuenta con líneas de negocio secundarias que no están centradas en el negocio audiovisual y cuyos clientes y usuarios difieren de los anteriores. Entre ellos se encuentran: profesionales que se forman en los cursos de Atresmedia Formación; compañías y profesionales que contratan los servicios de otras empresas del Grupo como H2H orientada al marketing de *Influencers* o Lastlap, que trabajan con numerosas marcas en la organización de eventos.

El compromiso del Grupo con la sociedad se centra en ofrecer contenidos informativos y de entretenimiento que sean atractivos y rigurosos, elaborados conforme a los más altos estándares de calidad y que reflejen la diversidad de la sociedad en la que el Grupo opera para que todas las audiencias se sientan representadas. Adicionalmente, Atresmedia se preocupa por proteger a los colectivos más vulnerables, especialmente a los menores, y por ofrecer a sus anunciantes espacios seguros y atractivos para sus marcas.

Por último, con el objetivo de atender las necesidades y preocupaciones de sus consumidores y usuarios, así como de conocer su percepción sobre el Grupo, Atresmedia cuenta con diversos procesos de escucha activa, que se encuentran detallados a lo largo del capítulo.

NEIS 2 SBM-3: Incidencias, riesgos y oportunidades de importancia relativa y su interacción con la estrategia y el modelo de negocio

Tal y como se ha mencionado con anterioridad, en 2023, Atresmedia llevó a cabo un análisis de doble materialidad que tenía como objetivo, entre otros, detectar los aspectos sociales que influyen en mayor medida en sus grupos de interés, incluyendo, entre ellos, a su audiencia y sus anunciantes.

Una parte significativa de los impactos, riesgos y oportunidades detectados en este análisis está directamente relacionada con el propio modelo de negocio de Atresmedia y con su firme compromiso con las personas, especialmente con su audiencia. Los resultados del análisis mostraron que asuntos como el **“Contenido, responsable, veraz y de calidad”**, **“Publicidad Responsable”** o **“Lucha contra las Fake News y la desinformación”** se encuentran entre los 5 asuntos más relevantes para el Grupo Atresmedia, constatando la importancia de estos para el modelo de negocio de Atresmedia.

Además, el Grupo se asegura de hacer una correcta gestión de los impactos, riesgos y oportunidades asociados a estas y a otras cuestiones relevantes que pueden influir en su relación con audiencia y anunciantes como *son “La accesibilidad de los contenidos” “La Alfabetización Mediática e Informacional” o su “Relación e impacto en la comunidad”*.

En el cumplimiento de su propósito corporativo “Creemos en el poder de la reflexión y emoción” para generar una sociedad de valores compartidos y en línea con su visión de “ser el grupo de comunicación multimedia independiente de referencia, con una contribución valiosa y positiva en la sociedad en la que opera”, Atresmedia genera y difunde contenidos que refuerzan su compromiso con todos estos actores atendiendo a sus intereses y opiniones de forma diferenciada y velando por respetar sus derechos.

De este modo, generar contenidos informativos y de actualidad rigurosos y veraces, que fomentan el espíritu crítico, junto con propuestas de entretenimiento de calidad, diversas e innovadoras, permite al Grupo dar respuesta a las necesidades e intereses de una audiencia amplia y heterogénea, generando impactos positivos en el conjunto de sus públicos. Este enfoque, unido a su compromiso ético, a la calidad e innovación de su servicio comercial y a la seguridad de los espacios publicitarios que ofrece, convierte a sus canales, emisoras y plataformas en opciones especialmente atractivas para las marcas. En este contexto, la correcta gestión de los impactos, riesgos y oportunidades vinculados a la audiencia y a los anunciantes constituye un elemento esencial y estratégico para el modelo de negocio de Atresmedia, siendo la audiencia quien puede verse afectada de forma más significativa y generalizada⁵¹ por los impactos materiales. Por ello, para garantizar su protección, Atresmedia dispone de pautas de comportamiento y mecanismos específicos, que se refuerzan para audiencias especialmente vulnerables, como son los menores. Gracias a estos mecanismos, el Grupo protege a su audiencia de posibles incidencias derivadas de su actividad, garantizando el respeto a derechos como a la intimidad, el honor y la propia imagen; la protección de datos personales; la libertad de expresión y la no discriminación.

Atresmedia aprovecha, además, la fortaleza de sus canales de televisión, sus emisoras de radio y sus espacios digitales para contribuir a la creación de una sociedad más crítica e informada, pero también más sensible y comprometida con las cuestiones sociales y ambientales que generan preocupación en la sociedad. Para ello, desarrolla actuaciones ([véase apartado S4-4](#)) orientadas a generar impactos positivos en la sociedad, disminuir riesgos potenciales y aprovechar las oportunidades vinculadas a su negocio y a la relación con audiencias y anunciantes.

A continuación, se detallan los principales impactos, riesgos y oportunidades materiales identificados en el análisis de doble materialidad, relacionados tanto con la audiencia de Atresmedia como con sus principales clientes, los anunciantes:

⁵¹ Se ha concluido que el impacto negativo identificado es generalizado, ya que puede afectar a la totalidad de los consumidores, usuarios finales y, en última instancia, a la sociedad en su conjunto, sin limitarse a casos individuales concretos.

	IROs	Descripción	Políticas	Ubicación en la CV
CONTENIDO RESPONSABLE, VERAZ Y DE CALIDAD				
 Impacto positivo	Contribución a la generación de una sociedad bien informada	Atresmedia en el ejercicio de su actividad y mediante la difusión y emisión de contenido responsable, veraz y de calidad contribuye a generar una sociedad bien informada, crítica y reflexiva. Además, gracias a las noticias que difunde bajo los criterios de objetividad, pluralidad, veracidad y rigor, contribuye a que las personas puedan entender mejor el contexto en el que se desenvuelven, formar su propia opinión y tomar decisiones informadas.	Política General de Sostenibilidad Códigos deontológicos de laSexta Noticias y Antena 3 Noticias	Operaciones propias y aguas abajo
 Impacto positivo	Inversión en tecnología para ampliar su capacidad comunicadora	Atresmedia invierte en equipamiento de última generación como cámaras de alta definición, transmisores, antenas, satélites y otros equipos avanzados para mejorar y expandir su alcance de transmisión y generar un contenido de calidad para su audiencia.	Códigos Deontológicos de Antena 3 Noticias y la Sexta Noticias	Operaciones propias y aguas arriba
 Impacto positivo	Compromiso con el rigor informativo	Atresmedia a través de sus redacciones y profesionales experimentados, la colaboración con agencias de noticias de prestigio, así como la inversión en tecnología puntera para aumentar su capacidad verificadora contribuyen a generar un entorno informativo veraz y responsable.	Política General de Sostenibilidad Códigos deontológicos de laSexta Noticias y Antena 3 Noticias	Operaciones propias y aguas arriba
 Riesgo potencial	Incumplimiento de los códigos deontológicos y fallos en los mecanismos de verificación	Si los profesionales del Grupo fallasen de forma continuada en la aplicación de los Códigos Deontológicos o se produjera un fallo en los mecanismos de verificación de la información, el Grupo podría contribuir a la difusión de información imprecisa, que a su vez podría derivar en una pérdida de confianza por parte de la audiencia.		Operaciones propias
 Riesgo potencial	Difusión de contenido sensible, incluyendo las imágenes violentas.	Atresmedia identifica que en su labor de difusión de información debe poner especial cuidado en la difusión de contenido que sea especialmente sensible por su naturaleza (imágenes violentas) o por su capacidad de afectar a colectivos o individuos concretos, y que existe un riesgo asociado a la difusión de este tipo de contenidos si se utilizan con otro fin que no sea el de dar un contexto necesario para comprender la información.		Operaciones propias
 Oportunidad	Compromiso con el rigor informativo	Atresmedia puede continuar siendo líder y referente entre los medios de comunicación y continuar atrayendo a la audiencia a medios confiables ante un panorama donde hay un incremento de la desinformación, así como diferenciarse de otras fuentes de contenido y competidores.		Operaciones propias
LUCHA CONTRA LAS FAKE NEWS Y LA DESINFORMACIÓN				
 Impacto positivo	Contribución a la generación de una sociedad bien informada	Los esfuerzos periodísticos de Atresmedia por combatir los bulos y la desinformación contribuyen a generar una sociedad bien informada que les permite tomar decisiones conscientes y responsables.	Política General de Sostenibilidad Códigos Deontológicos de Antena 3 y laSexta	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Consumo de información poco contrastada	El consumo masivo de información en las redes sociales y otras plataformas, donde prolifera la desinformación puede suponer una pérdida de confianza de la audiencia en los medios tradicionales.		Operaciones propias
 Oportunidad	Compromiso con el rigor informativo	Atresmedia, al usar su experiencia para combatir las <i>fake news</i> en las redes sociales, tiene la oportunidad de redirigir a la audiencia hacia los medios tradicionales con rigor informativo.		Operaciones propias

PUBLICIDAD RESPONSABLE				
 Impacto positivo	Brand Safe: un espacio seguro para las marcas.	Atresmedia Publicidad es miembro activo de Autocontrol, ofrece un espacio seguro para las marcas y cuenta con mecanismos de protección a la audiencia que velan porque su actividad comercial se desarrolle de una forma ética y responsable.	Política General de Sostenibilidad Política de Publicidad Responsable	Aguas abajo
 Riesgo potencial	Incumplimiento de la normativa publicitaria	El incumplimiento de la legislación o de los códigos voluntariamente aceptados en cuanto a la difusión de las comunicaciones comerciales por el fallo en los mecanismos de control puede derivar en sanciones económicas para el Grupo.		Operaciones propias y aguas abajo
 Oportunidad	Atención a la necesidad de consumidores conscientes	La creciente demanda de los consumidores por productos sostenibles y de las agencias por soluciones sostenible podría suponer una oportunidad para Atresmedia Publicidad en términos de reputación e ingresos.		Operaciones propias y aguas abajo
ACCESIBILIDAD DE LOS CONTENIDOS				
 Impacto positivo	Superación de los requerimientos legales en accesibilidad del contenido	Atresmedia supera las exigencias marcadas por la Ley General de Comunicación Audiovisual en cuanto a signado, audiodescripción y subtitulado en sus canales de televisión lineal, contribuyendo a que todas las personas puedan acceder a su contenido.	Política General de Sostenibilidad	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimientos de la normativa sobre accesibilidad	Atresmedia hace un control riguroso de sus mecanismos de accesibilidad para reducir la posibilidad de incumplimientos de las exigencias legales, lo que podría derivar en requerimientos y sanciones.		Operaciones propias
 Oportunidad	Investigación y desarrollo para mejorar la accesibilidad	La investigación y el desarrollo de medidas para mejorar la accesibilidad, incluidas las webs y la accesibilidad cognitiva, así como el uso de las herramientas de Inteligencia Artificial, ofrecen una oportunidad de mejora de los actuales sistemas de signado, audiodescripción y subtitulado, que podrían derivar en un ahorro de tiempo y costes.		Operaciones propias
PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES				
 Impacto positivo	Garantía de la protección de datos personales	Atresmedia cuenta con un Modelo de Cumplimiento de Protección de Datos que incluye una serie de políticas, procedimientos y herramientas en los que se definen los objetivos del Grupo en esta materia y se especifican los principios que deben regir sus actuaciones como empresa y las de sus empleados y colaboradores. Adicionalmente, Atresmedia informa a sus usuarios y clientes sobre el tratamiento de sus datos personales mediante las correspondientes políticas de privacidad.	Política General de Protección de Datos	Operaciones propias, aguas abajo
 Impacto positivo	Sensibilización sobre protección de datos	Atresmedia desarrolla campañas de comunicación con entidades como la AEDP para promover conductas responsables en cuanto a los datos personales entre su audiencia.	Política General de Protección de Datos	Operaciones propias y aguas abajo
 Riesgo potencial	Fallos en los mecanismos de protección de datos	Atresmedia entiende que el fallo en su Modelo de Privacidad o en los mecanismos de control podrían derivar en filtraciones de datos y sanciones económicas.		Operaciones propias

ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL				
 Impacto positivo	Desarrollo de las competencias de Alfabetización Mediática Informativa	La Fundación Atresmedia a través de sus diferentes proyectos (Mentes AMI, Efecto Mil, Amibox, Amibox-Aula y Amiflash) y a las campañas de difusión que emite promueve la alfabetización mediática e informativa y digital entre los niños y jóvenes y su comunidad educativa, trabajando para que estos puedan desarrollarse con seguridad en el actual entorno mediático y digital.	Política General de Sostenibilidad	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimiento de la Ley General de Comunicación Audiovisual	Si la actividad de la Fundación Atresmedia cesara, el Grupo podría incumplir con la Ley General de Comunicación Audiovisual, ya que Atresmedia como operador de medios audiovisuales debe fomentar las competencias de Alfabetización Mediática de la sociedad.		Operaciones propias
RELACIÓN E IMPACTO EN LA COMUNIDAD				
 Impacto positivo	Creación y difusión de contenidos que reflejan la diversidad de la sociedad	Atresmedia, como parte de su compromiso con su audiencia, difunde contenido informativo y de entretenimiento que refleja la diversidad de la sociedad con el objetivo de que todas las personas se sientan representadas, incluyendo colectivos especialmente vulnerables como las personas con discapacidad, personas mayores o colectivo LGTBIQ.	Política General de Sostenibilidad	Operaciones propias
 Impacto positivo	Desarrollo de campañas de responsabilidad social	Atresmedia a través de diferentes iniciativas corporativas como Ponle Freno, Constantes y Vitales, Contra el Maltrato Tolerancia Cero o Hablando en Plata, Levanta la Cabeza o Luz Verde, alza la voz y sensibiliza a su audiencia y la acerca a las diferentes problemáticas sociales como la seguridad vial o la lucha contra la violencia de género.	Política General de Sostenibilidad	Operaciones propias y aguas abajo
 Oportunidad	Desarrollo de campañas de responsabilidad social	Seguir impulsando campañas de responsabilidad social puede suponer una oportunidad para atraer a marcas que quieran vincularse a las causas de dichas campañas, así como para generar conciencia, posicionarse como un medio responsable y atraer a más audiencia.		Operaciones propias
 Impacto positivo	Mecanismos de protección a la infancia y emisión de programación infantil	Atresmedia con el objetivo de proteger a su audiencia más vulnerable cuenta con mecanismos de protección como son los mecanismos de vigilancia de las comunicaciones comerciales o el sistema de calificación del contenido y el control parental en atresplayer. Además, cuenta con programación específica para el público infantil con Neox Kidz.	Política General de Sostenibilidad Política de Publicidad Responsable	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Fallo en los mecanismos de control e incumplimiento de la regulación	Si los mecanismos de control o el sistema de calificación para menores fallan, esto podría derivar en un incumplimiento de la normativa con sanciones para el Grupo.		Operaciones propias
ALTAVOZ SOCIAL Y POR EL CLIMA				
 Impacto positivo	Difusión de contenido social y ambiental	Gracias a iniciativas como la emisión de campañas gratuitas de ONG, el apoyo al Comité de emergencia o la difusión de contenido climático, Atresmedia sensibiliza a su audiencia y la acerca a diferentes realidades sociales, movilizándola y promoviendo valores como la tolerancia, la empatía o la adaptación al cambio climático.	Política General de Sostenibilidad Política de Medioambiente y acción climática	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Difusión de contenido social y ambiental	Dejar de emitir contenido que refleje la diversidad, y promueva la movilización social a favor de determinadas causas sociales y climáticas, podría tener efectos en el valor social de la marca Atresmedia.		Operaciones propias

DIVERSIDAD, EQUITAD E INCLUSIÓN				
 Impacto positivo	Creación y difusión de contenidos que reflejan la diversidad de la sociedad	Atresmedia está comprometida con la difusión de los valores de diversidad, equidad e igualdad y refuerza este compromiso mediante la adhesión a iniciativas como la Carta de la Diversidad o el acuerdo “Empresas Libres por una sociedad libre de violencia de género”	Política General de Sostenibilidad Política de Diversidad, Equidad e Inclusión	Operaciones propias
BUEN GOBIERNO Y ÉTICA EMPRESARIAL				
 Impacto positivo	Políticas de conducta empresarial	Atresmedia cuenta con políticas y medidas orientadas a ejercer su actividad con responsabilidad, proteger a su audiencia y velar por los intereses de sus grupos de interés.	Política General de Sostenibilidad Política de Publicidad Responsable	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Conflictos de interés en el ejercicio periodístico	Atresmedia es consciente de que en el ejercicio de su actividad sus profesionales pueden enfrentarse a situaciones que supongan un conflicto de interés y que esto podría llegar a tener repercusión en la percepción de la audiencia sobre Atresmedia.		Operaciones propias

Compromiso con las audiencias más vulnerables: el público infantil y las personas mayores

En el desarrollo de su actividad, Atresmedia presta especial atención a dos colectivos con los que mantiene un especial compromiso: los menores y los mayores. Por ello, en su oferta audiovisual los tiene en cuenta de manera particular.

En el caso de los menores y **especialmente el público infantil**, Atresmedia cuenta con mecanismos específicos para su protección tales como: la calificación del contenido y la vigilancia y control del contenido publicitario. Además, con el objetivo de contribuir a generar impactos positivos sobre ellos, difunde contenido específico para el público infantil a través de los canales Kids, y Amibox, disponibles en atresplayer.

Por otro lado, Atresmedia **mantiene un compromiso especial con su audiencia de mayor edad** y por ello impulsa contenidos dirigidos a este público, con el objetivo de poner en valor su papel en la sociedad y generar impactos positivos sobre ellos, principalmente a través de la iniciativa Hablando en Plata, que lucha contra el edadismo.

Todas las actuaciones relativas a menores y mayores, llevadas a cabo por el Grupo, se encuentran detalladas en el [apartado S4-4](#).

Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades

S4-1: Políticas relacionadas con los consumidores y usuarios finales

Atresmedia, dispone de políticas y códigos en los que se recogen los compromisos y las directrices que orientan su relación con su audiencia y anunciantes:

Política General de Sostenibilidad

La Política General de Sostenibilidad, actualizada y aprobada por el Consejo de Administración en 2025 y elaborada por primera vez en 2010, desarrolla la estrategia de Sostenibilidad del Grupo y recoge, entre otros, los siguientes compromisos relacionados con el desarrollo de su actividad, su audiencia y anunciantes:

- **Producir y emitir contenidos informativos y de entretenimiento de calidad diversos y accesibles para toda la sociedad**, incluyendo el compromiso del Grupo con la calidad y veracidad de sus contenidos, con la protección y promoción de los derechos humanos; de la libertad de expresión, la diversidad, el pluralismo y la no discriminación en los contenidos informativos y de entretenimiento, el

impulso de la accesibilidad, así como el apoyo a las diferentes convenciones y declaraciones nacionales e internacionales suscritas en España.

- **Promover y realizar una publicidad de calidad, honesta y ética en todos sus soportes**, cumpliendo con los principios de los Códigos de Autorregulación a los que voluntariamente se ha adherido, velando porque los contenidos publicitarios respeten rigurosamente los derechos humanos, rechazando aquellos que inciten a la violencia o la discriminación, fomentando la sostenibilidad y compromiso social y vigilando especialmente los productos publicitarios ubicados junto a contenidos dirigidos a la audiencia infantil.
- **Contribuir al progreso y al desarrollo de la sociedad**, mediante acciones de sensibilización social a través de sus medios de comunicación; la colaboración activa con entidades no lucrativas, la actividad de la Fundación Atresmedia o el apoyo a los objetivos de desarrollo sostenible, entre otras.
- **Minimizar el impacto ambiental y sensibilizar a la sociedad sobre el cuidado del medioambiente**, para hacerla más resiliente frente a las consecuencias del Cambio Climático.
- **Establecer relaciones transparentes con sus grupos de interés**, mediante el establecimiento de canales de diálogo fluidos y activos con todos ellos.

Política de Publicidad Responsable

La **Política de Publicidad Responsable**, actualizada en 2024 y aprobada por el Director General de Atresmedia Publicidad, complementa y amplía los compromisos relacionados con la actividad publicitaria del Grupo mencionados en la Política General Sostenibilidad. Este documento, elaborado por primera vez en 2010, se encuentra publicado en la web de Atresmedia Corporación y de Atresmedia Publicidad y su objetivo principal es informar de forma clara y transparente sobre el enfoque de Atresmedia Publicidad respecto a los valores que guían su estrategia, con el fin de generar confianza y aportar valor a sus grupos de interés. Las principales líneas de actuación recogidas en la política son:

- **Promover la calidad, la eficacia y la innovación en las comunicaciones comerciales**, ofreciendo a sus anunciantes y agencias una oferta comercial versátil y de calidad, garantizando un entorno seguro para sus marcas (**Brand Safe**) y fomentando una relación basada en los principios de honestidad y transparencia con ellos.
- **Impulsar la autorregulación del sector para establecer un marco ético y veraz**, cumpliendo con la legislación vigente y con los **Códigos de Autorregulación** a los que voluntariamente se ha adherido, específicamente:
 - ➔ Código de Conducta de Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria (2021).
 - ➔ Código sobre el Uso de *Influencers* en la Publicidad (2021).
 - ➔ Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades del Juego (2012). o Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos Dirigida a Menores, Prevención de la Obesidad y a la Salud (PAOS) (2010).
 - ➔ Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes (modificado en 2010).
 - ➔ Código de Autorregulación Publicitaria de Cerveceros de España (2009).
 - ➔ Código de Autorregulación del Vino (2009).
 - ➔ Código de Autorregulación SMS (2009).
 - ➔ Código de Autorregulación de la Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE) (2006).
- **Velar por el respeto a los derechos humanos, protegiendo especialmente a los menores**, prestando especial atención a que no exista incitación a la violencia, discriminación en ninguna de sus manifestaciones, ni se fomenten conductas que atenten contra la dignidad humana; protegiendo especialmente al público infantil e impulsando la accesibilidad de las comunicaciones comerciales.
- **Fomentar el compromiso social propio y de sus anunciantes**, impulsando una industria responsable, baja en carbono y que muestre el compromiso ambiental de los anunciantes de forma responsable, visibilizando la labor de ONG mediante la emisión de campañas publicitarias gratuitas y apoyando aquellas comunicaciones que refuercen los valores de diversidad, equidad e inclusión.

Política de Diversidad, Equidad e Inclusión (2024)

En la política de Diversidad, Equidad e Inclusión de Atresmedia incorpora, una vez más, el compromiso de impulsar un modelo de contenidos que refleje la diversidad social visibilice a las minorías y garantice el respeto a todos los colectivos. Esta política complementa la Política General de Sostenibilidad y ha sido aprobada por la Directora General Corporativa del Grupo.

Política de medioambiente y acción climática

En línea con la Política General de Sostenibilidad, la **Política de medioambiente y acción climática**, actualizada y aprobada por la Directora General Corporativa en 2024, establece que, como medio de comunicación, la principal contribución de Atresmedia al cuidado del medioambiente consiste en la sensibilización a la sociedad y la concienciación a cada ciudadano sobre la importancia de su papel individual. Por ello, pone el poder de difusión de sus canales de comunicación al servicio del medioambiente, emitiendo programas informativos, reportajes y campañas de sensibilización sobre la materia y trabaja por impulsar una industria audiovisual baja en carbono.

Códigos deontológicos de Antena 3 Noticias y la Sexta Noticias

Tanto Antena 3 Noticias, como la Sexta Noticias cuentan con Códigos Deontológicos propios, aprobados por las respectivas direcciones de informativos, que contemplan los principios y normas que establecen el marco de actuación para los programas de carácter informativo y de actualidad y asumen el compromiso de ser garante de una oferta informativa veraz, plural y comprometida. Estos códigos han sido actualizados en 2024 y se encuentran públicos en la web de Atresmedia Corporación para la consulta de los grupos de interés. Entre las principales cuestiones abordadas por estos códigos se encuentran:

- **Código Deontológico de la Sexta Noticias.** Toma como marco de referencia la Declaración Universal de Derechos Humanos y su reconocimiento en la Constitución Española y en él se recoge el compromiso de la Sexta Noticias con: ofrecer una información contrastada que refleje la realidad y respete la vida privada de las personas; la lucha contra las *fake news* y la desinformación; el respeto a los derechos de libertad de opinión y expresión y propiedad intelectual; así como con la protección del menor en la emisión y difusión de contenidos; el uso de un lenguaje adecuado y el no abuso de imágenes violentas innecesarias.
- **Código Deontológico de Antena 3 Noticias.** Establece como marco de referencia el respeto a la Constitución Española y al marco legal que de ella emana. Los servicios informativos de Antena 3 funcionan bajo la premisa de ofrecer a la audiencia información fiable, de calidad y comprometida con los principios de responsabilidad social que se derivan del ejercicio del periodismo. Este Código recoge el compromiso de Antena 3 Noticias de luchar contra la desinformación y las noticias falsas; de verificar la información para garantizar el rigor y veracidad de sus contenidos informativos, así como el respeto a la dignidad humana, a la libertad de expresión, a la propiedad intelectual, a la presunción de inocencia, al correcto uso del lenguaje y a la protección de los menores en el desarrollo de su actividad.

Política General de Protección de Datos

La Política General de Protección de Datos de Atresmedia, aplicable a todas las sociedades del Grupo, ha sido aprobada por el Comité de Cumplimiento Normativo (CNN). Su implantación y desarrollo se apoyan en un modelo de gobernanza en materia de protección de datos que cuenta con la supervisión y el asesoramiento del Delegado de Protección de Datos del Grupo, responsable a su vez de informar a la Dirección del Grupo y al Comité de Cumplimiento de las incidencias relevantes y de las medidas adoptadas para su prevención y subsanación. La política, disponible para todos los asalariados de Atresmedia, informa sobre los principios de actuación y objetivos con relación al tratamiento de los datos personales y los derechos relacionados con los mismos, entre los que se encuentran:

- Proteger la confidencialidad de la información de carácter personal que le ha sido confiada por los interesados;
- Facilitar a los interesados toda la información necesaria sobre cómo son tratados sus datos personales;
- Informar a los interesados sobre el modo de ejercer sus derechos en materia de protección de datos; y

- Proteger los datos personales de los que se dispone con las medidas de seguridad adecuadas.

Esta Política se ajusta además a la Carta Europea de Derechos Humanos que consagra la protección de datos de carácter personal como un derecho fundamental y a lo dictaminado por la normativa nacional y europea vigente en relación con la protección de datos personales.

Adicionalmente, Atresmedia informa a sus usuarios y clientes sobre el tratamiento de sus datos personales mediante las correspondientes políticas de privacidad, disponibles a través del servicio concreto, como por ejemplo en atresplayer o las diferentes webs corporativas. En 2025, las distintas políticas de privacidad de los servicios del Grupo han sido actualizadas, sin registrarse cambios significativos en el contenido de estas.

Por último, Atresmedia está adherida al Código de Conducta de Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria, aprobado por la AEPD. Este código establece un procedimiento extrajudicial para resolver controversias entre las entidades adheridas y los interesados. Además, Atresmedia forma parte del Pacto Digital para la Protección de las Personas de la AEPD. Esta iniciativa busca fomentar el compromiso con la privacidad en las políticas de sostenibilidad y los modelos de negocio de las organizaciones. Su objetivo es armonizar el derecho fundamental a la protección de datos con la innovación, la ética y la competitividad empresarial. El pacto también incluye el Decálogo de buenas prácticas en privacidad para medios de comunicación y organizaciones con canales de difusión propios.

Código de Conducta

Como se ha mencionado a lo largo del Informe, el Código de Conducta de Atresmedia, aprobado por el Consejo de Administración, recoge los principios, objetivos y valores que guían el comportamiento del Grupo y las pautas que deben guiar su relación con terceros y la sociedad. En él se recoge el compromiso explícito de Atresmedia con el respeto, la protección y el cumplimiento de la Carta Internacional de los Derechos Humanos de Naciones Unidas, así como con los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas y con la Carta Europea de Derechos Humanos, que consagra como derecho fundamental la protección de los datos de carácter personal.

Además, desde 2008, Atresmedia está adherida a la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas, acreditando el compromiso con sus principios.

S4-2: Procesos para colaborar con los consumidores y usuarios finales en materia de incidencias

La relación de Atresmedia con sus grupos de interés se basa en la confianza. Para fortalecer este vínculo, el Grupo pone a su disposición diversos canales que favorecen la colaboración, el diálogo y una comunicación efectiva y que le permiten comprender en profundidad sus preocupaciones y necesidades, así como abordar los impactos significativos, tanto positivos como negativos, que puedan afectarles.

Esta escucha activa le sirve de base para tomar decisiones sobre su modelo de negocio, permitiendo atender tanto las necesidades informativas y de entretenimiento de la audiencia, como comprender las expectativas comerciales de las marcas, ajustando su oferta y ofreciéndoles un entorno atractivo y seguro al que vincularse.

El Grupo cuenta con canales y mecanismos específicos para interactuar y colaborar con su audiencia y con sus anunciantes.

	CON LA AUDIENCIA	CON LOS ANUNCIANTES
Participación directa	Estudios de audiencia y <i>focus groups</i> Estudios de doble materialidad Redes sociales Visitas guiadas	Evento UPFRONT Reuniones mensuales con AUTOCONTROL Comité de trabajo del IAB Estudios de doble materialidad
Canales de información y consulta	Buzón de sostenibilidad y buzón de atresplayer Webs corporativas Atención telefónica Sala y notas de prensa y <i>newsletters</i>	Oficina del anunciante Web de Atresmedia publicidad

1. Colaboración con la audiencia:

Para comprender de primera mano la percepción que tiene la audiencia acerca del Grupo y para abordar las inquietudes y necesidades de esta, Atresmedia realiza procesos constantes de escucha activa mediante diferentes canales, incluyendo, por un lado, procesos de participación directa de la audiencia en estudios, *focus groups* o visitas a las instalaciones, y por otro, el establecimiento canales de información y consulta que permiten recabar información específica acerca de sus intereses.

Procesos de participación directa: Atresmedia pone en marcha distintos mecanismos de interacción directa y escucha activa con su audiencia y sus representantes, con el objetivo de conocer en profundidad sus intereses y preocupaciones y tenerlos en cuenta en su modelo de negocio. Entre ellas destacan:

- **Estudios de audiencia y *focus groups*:** los departamentos de marketing y audiencias realizan labores de investigación, mediante estudios cualitativos y cuantitativos, que permiten conocer de primera mano los gustos y preferencias de la sociedad, para generar contenidos afines a estos. En 2025 el Grupo se han llevado a cabo un total de 45 grupos de discusión y 1 mini grupo orientados a profundizar en los intereses y preferencias de la audiencia. Asimismo, como en años anteriores, se han realizado dos estudios de imagen anuales con el propósito de mantener un seguimiento continuo del ecosistema audiovisual, abarcando los hábitos de consumo en distintos medios, plataformas, cadenas, géneros y tipos de contenido. Estas actividades se desarrollan bajo la coordinación de Atresmedia Audiovisual. Los resultados vuelven a situar al Grupo en un sólido liderazgo y destaca la amplia diversidad y calidad de sus contenidos, su modelo propio y confiable, su identidad corporativa cuidada y su capacidad de adaptarse a los nuevos contextos audiovisuales.
- **Análisis de doble materialidad:** Atresmedia realiza periódicamente un análisis de materialidad con el objetivo de identificar aquellos asuntos de su modelo de negocio que son más relevantes para sus grupos de interés. En 2023 el Grupo realizó, por primera, vez un análisis de doble materialidad en el que se incluyó la perspectiva de la audiencia y que ha servido como base para la elaboración del presente Informe. Este tipo de colaboración es responsabilidad del departamento de Sostenibilidad.
- **Redes Sociales:** el Grupo Atresmedia, por la naturaleza de su negocio y su filosofía, busca estar siempre a la vanguardia de las nuevas tendencias, por ello adapta sus contenidos diferentes plataformas, llevando los contenidos y el lenguaje a las necesidades de consumo de los usuarios. Las redes sociales sirven, además, como elemento para evaluar los gustos y tendencias de los consumidores en cuanto a contenidos. El Grupo Atresmedia en 2025, contaba con más de 540 cuentas en redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok y Twitter) y más de 64 millones de seguidores.
- **Visitas guiadas:** con el objetivo de acercar la actividad del Grupo a sus grupos de interés, Atresmedia realiza desde hace años, visitas guiadas a sus instalaciones dirigidas a centros educativos, universidades y

otros sectores. De la mano de esta iniciativa durante el 2025 se recibieron 185 visitas (123 en 2024), incluyendo visitas de particulares, visitas institucionales y de centros educativos, entre otras. Esta iniciativa es desarrollada por la Dirección de Comunicación y Relaciones Públicas.

Canales de información y consulta: Además de los mecanismos de participación activa, Atresmedia pone a disposición de su audiencia distintos canales de comunicación (como buzones de correo, teléfono de atención al cliente o canales de WhatsApp), a través de los cuales cualquier persona puede informar sobre sus opiniones, inquietudes o intereses. Además, el Grupo comparte de manera activa, a través de sus webs, notas de prensa y *newsletters*, información relevante para sus grupos de interés. Algunos ejemplos de esta comunicación son:

- **Buzón de Sostenibilidad:** el departamento de sostenibilidad pone a disposición de los grupos de interés un buzón de correo electrónico que recoge comunicaciones relativas a ámbitos como publicidad, feedback sobre contenidos, incidencias técnicas y solicitudes de información o sugerencias en otros ámbitos. Este departamento, traslada al área correspondiente las consultas y comunicaciones recibidas a través del buzón. En 2025, se han atendido 132 consultas (92 en 2024).
- **Servicio de atención al cliente y buzón de atresplayer:** los usuarios de la plataforma tienen a su disposición este servicio para tratar asuntos relacionados con atresplayer, incluyendo incidencias, sugerencias, etc. En 2025, se ha trabajado en la implementación de diversas medidas orientadas a mejorar la experiencia de los usuarios, fomentar una relación más cercana y satisfactoria con ellos y potenciar la fidelización con una atención más ágil, cercana y personalizada. Entre estas medidas se incluyen las mejoras continuas en la usabilidad de la plataforma en base a las sugerencias y quejas recibidas; la optimización de la atención al cliente multicanal, integrando correo, formulario web y redes sociales; o la actualización constante del apartado de “Preguntas frecuentes”. Con el objetivo de evaluar la calidad del servicio de atención al cliente de atresplayer, se envía a los usuarios una encuesta de satisfacción. En 2025, se han recibido un total de 4.533 evaluaciones de la calidad. El 70% de las respuestas otorgaron una puntuación superior a 7 sobre 10.
- **Webs corporativas:** todas las marcas de Atresmedia cuentan con una web en la que se ofrece información sobre las diferentes actuaciones llevadas a cabo por el Grupo, así como las novedades en los contenidos, la programación, etc.
- **Servicio de atención telefónica de Atresmedia:** el Grupo Atresmedia cuenta con un teléfono de atención directa al que puede dirigirse cualquier persona que quiera hacer una consulta o solicitar información. Este teléfono está gestionado por la centralita que deriva la llamada al departamento pertinente. En 2025 se han recibido 21.285 llamadas (23.069 en 2024).
- **Sala de prensa y newsletters del Grupo Atresmedia:** Atresmedia ofrece a su audiencia la oportunidad de suscribirse a diferentes *newsletters* que se envían periódicamente con información sobre los contenidos y resultados del Grupo Atresmedia.
- **Ventana de consultas de publicidad:** Atresmedia Publicidad cuenta con una ventana de consultas con formulario web y teléfono al que la audiencia puede dirigir sugerencias o comentarios relacionados con el contenido comercial que se emite en los soportes de Atresmedia. Estas consultas son gestionadas individualmente por el equipo comercial del Grupo.

2. Colaboración con los anunciantes:

Con el objetivo de entender las necesidades e inquietudes de sus clientes y mantenerles informados sobre novedades comerciales, contenidos y aspectos estratégicos, Atresmedia participa en distintos procesos de colaboración con sus anunciantes y agencias de medios, siendo Atresmedia Publicidad la principal responsable de coordinar estas iniciativas. Al igual que en el caso de la colaboración con la audiencia, con los anunciantes existen tanto procesos de participación activa, como canales de comunicación y consulta.

Procesos de participación directa:

- **Evento UPFront.** Evento anual organizado por Atresmedia Publicidad en el que se pone en valor el potencial del Grupo y se presentan las principales novedades de su producto comercial a agencias de medios, anunciantes y otros profesionales del sector.

- **Reuniones mensuales con AUTOCONTROL.** Atresmedia Publicidad asiste a reuniones mensuales, así como a mesas de trabajo, convocadas por AUTOCONTROL, que se realizan junto a otros operadores externos para tratar asuntos relacionados con la regulación y la autorregulación del mercado publicitario.
- **Comité de trabajo con el IAB (Interactive Advertising Bureau).** Atresmedia Publicidad mantiene reuniones de trabajo periódicas con el IAB, donde aporta ideas y propuestas sobre diversos temas que afectan al mercado publicitario.
- **Análisis de doble materialidad.** Al igual que al resto de grupos de interés, Atresmedia involucra en sus análisis de materialidad a anunciantes y agencias para tener su visión sobre el modelo de negocio.

Canales de información y consulta

- **Oficina del anunciante.** Un canal específico dirigir comunicaciones relacionadas con el contenido comercial y que se encuentra disponible públicamente en la web de Atresmedia Publicidad.
- **Web de Atresmedia Publicidad.** En ella se ofrece información relevante y actualizada sobre el negocio de Atresmedia Publicidad.

Estos mecanismos hacen que Atresmedia pueda tener una visión general de los intereses y opiniones de su audiencia y de sus clientes y tenerla en cuenta a la hora de tomar decisiones que pueden afectar a su modelo de negocio.

S4-3: Procesos para reparar las incidencias negativas y canales para que los consumidores y usuarios finales expresen sus inquietudes

En su compromiso con anunciantes y audiencias, Atresmedia trabaja para garantizar que su actividad se desarrolle de una forma ética y responsable. Para ello mantiene un enfoque preventivo y cuenta con diferentes mecanismos sólidos de vigilancia y control que buscan, por un lado, evitar posibles incidencias sobre su audiencia y, por otro, ofrecer un espacio seguro a sus anunciantes.

En caso de que estos mecanismos fallen, el Grupo cuenta con canales específicos de comunicación y procedimientos para la reparación de las posibles incidencias. A continuación, se detallan los mecanismos para gestionar las incidencias por tipo de incidencia y los mecanismos de reparación.

Gestión de incidencias en Atresmedia Publicidad

Con el objetivo de mantener una relación fluida con sus anunciantes y poder atender de manera ágil las incidencias relacionadas con los contenidos comerciales que han sido emitidos o se van a emitir, así como para tratar cuestiones relacionadas con la oferta comercial, Atresmedia Publicidad cuenta con la oficina del anunciante, un canal específico para atender y resolver incidencias o reclamaciones de los clientes de Atresmedia Publicidad.

El canal se encuentra disponible en la web de Atresmedia Publicidad y a través de la dirección de correos oficinadelanunciante@atresmedia.com. Las solicitudes recibidas son atendidas con la mayor brevedad posible. Además, Atresmedia Publicidad, como parte de su compromiso con la satisfacción del servicio implica a profesionales de diferentes áreas del Grupo (Asesoría Jurídica, Sostenibilidad, Auditoría Interna, Comunicación) en la resolución de incidencias, garantizando la independencia total con la gestión comercial del día a día.

Adicionalmente, cuando el Grupo Atresmedia recibe algún requerimiento o reclamaciones por posibles incidencias o incumplimiento de la normativa que regula las comunicaciones comerciales, Atresmedia Publicidad vela por que estas se atiendan de forma inmediata y se gestionen y resuelvan correctamente. Cuando se notifica un expediente, Atresmedia Publicidad y el departamento de asesoría jurídica trabajan conjuntamente en la preparación y presentación de las alegaciones correspondientes y se analizan las causas que lo han motivado para evitar que vuelva a producirse. Además, cuando se recibe alguna incidencia publicitaria se revisa el contenido de la campaña y si es necesario se procede a la retirada o modificación de la pieza afectada con la mayor brevedad posible antes posible.

Además, se incorpora una alerta en el sistema de gestión interno para garantizar que dicha publicidad no vuelva a emitirse, reforzando así el compromiso del Grupo con una comunicación responsable, ética y conforme a la normativa vigente.

Gestión de incidencias relacionadas con el contenido emitido en televisión y en la radio

Cuando se reciben comunicaciones relativas a incidencias con el contenido, por cualquiera de las vías establecidas (bien sea el canal de denuncias o uno de los buzones de atención a la sociedad del Grupo) estas se remiten al departamento pertinente para que procedan a su gestión.

En ocasiones, por ejemplo, el buzón de sostenibilidad sirve como vehículo para que la audiencia pueda comunicar incidencias. En estos casos el departamento de sostenibilidad, que revisa el contenido del buzón asiduamente, remite el caso al área que corresponda para que puedan tratarlo con la mayor brevedad.

Adicionalmente, el Grupo Atresmedia cuenta con un buzón de correo electrónico, gestionado por el departamento de relaciones públicas, al que los usuarios pueden dirigirse para comunicar incidencias relacionadas con la accesibilidad del contenido.

Además, cuando se recibe una notificación de la CNMC relativa al contenido emitido en televisión, esta es gestionada por el departamento de Asesoría Jurídica en colaboración con el área pertinente, para proceder según sea necesario.

Gestión de incidencias de atresplayer

Como se ha mencionado anteriormente, atresplayer cuenta con un servicio de atención al cliente al que cualquier usuario puede dirigir comunicaciones relacionadas con el uso de la plataforma. Desde este servicio se lleva a cabo un seguimiento minucioso de todas las incidencias recibidas a través de los distintos canales (correo electrónico, formulario de contacto, redes sociales, entre otros). Cada caso se registra y clasifica según su tipología y nivel de urgencia, lo que permite controlar los tiempos de respuesta y garantizar que el usuario obtenga una solución adecuada. Asimismo, de manera periódica se analizan los datos agregados para identificar patrones, posibles fallos técnicos recurrentes y áreas de mejora tanto en la plataforma como en los procesos de atención.

Una vez gestionada la incidencia, se invita al usuario a valorar la atención recibida mediante encuestas breves de satisfacción. Estas encuestas facilitan la medición de la calidad del servicio, la detección de oportunidades de mejora y el refuerzo de los aspectos más apreciados por los usuarios, como la rapidez y la claridad en las respuestas. En 2025 se han atendido un total de 103.930 casos a través de los distintos canales de atención al cliente de Atresplayer (teléfono, formulario y WhatsApp).

Gestión de incidencias relacionadas con la protección de datos personales

Atresmedia pone a disposición del público una dirección de correo electrónico destinada a tratar cuestiones relacionadas con la protección de datos personales, incluyendo el ejercicio de derechos. Concretamente, se trata del correo electrónico del Delegado de Protección de Datos. Durante 2025, se han registrado y gestionado 1.731 solicitudes relacionadas con la protección de datos personales. La mayor parte de estas solicitudes corresponde a peticiones de baja de servicios o comunicaciones, con mención a la supresión de los datos personales, por lo que se computan dentro del ejercicio de derechos en materia de protección de datos.

Gestión de incidencias relacionadas con incumplimientos del Modelo de Cumplimiento

El Canal de Denuncias del Grupo, accesible desde la web de Atresmedia Corporación, es el cauce prioritario para que los consumidores informen sobre posibles incumplimientos del Modelo de Prevención del Grupo. Para más información respecto al Canal de Consultas y denuncias y el procedimiento a seguir en caso de denuncias graves tramitadas por esta vía, véase el requisito de divulgación [G1-1 de la NEIS G1](#). En cuanto a las responsabilidades, solo el Responsable de Cumplimiento, o en caso de conflicto de interés la Directora General Corporativa tienen la competencia de tramitar y cerrar los expedientes del Canal por lo que en éste quedan registradas con total trazabilidad todas las respuestas.

Mecanismos de reparación

Respecto a los procedimientos de reparación, Atresmedia actúa conforme a los protocolos establecidos y, cuando detecta que un contenido o una comunicación comercial ha generado una incidencia negativa sobre su audiencia, analiza el caso y toma las medidas necesarias, que pueden incluir:

- **Retirada o bloqueo del contenido.** Si las incidencias son relativas a casos de incumplimiento de las normas de publicidad o calificación de contenidos, entre otros aspectos, la reparación puede consistir en la retirada de la publicidad o la correcta calificación del contenido en cuestión
- **Rectificación.** En los casos en que proceda la rectificación de información previamente ofrecida, esta se lleva a cabo en el mismo formato y forma que el contenido a rectificar.
- **Solución de problemas relacionados con la plataforma atresplayer.** Si las incidencias tienen que ver con problemas relacionados atresplayer (técnicos, relacionados con la suscripción), los casos son tratados por el departamento correspondiente.

S4-4: Adopción de medidas relacionadas con las incidencias de importancia relativa sobre los consumidores y usuarios finales, enfoques para gestionar los riesgos de importancia relativa y aprovechar las oportunidades de importancia relativa relacionados con los consumidores y usuarios finales y la eficacia de dichas actuaciones

Para Atresmedia, los aspectos sociales son especialmente relevantes, tanto por el impacto que como medio de comunicación puede generar en la sociedad a través de sus contenidos, como por la necesidad de adaptarse al contexto social en el que se desenvuelve y de atender a las inquietudes de sus grupos de interés y mantener un modelo de negocio sostenible.

Tal y como se ha mencionado a lo largo del informe, el análisis de doble materialidad evidenció que los asuntos más relevantes para Atresmedia están vinculados a **ofrecer contenidos responsables, veraces y de calidad; velar por una publicidad responsable; combatir las *fake news* y la desinformación; asegurar la accesibilidad de los contenidos e impulsar la Alfabetización Mediática e Informacional**. En consecuencia, el Grupo trabaja para responder a las necesidades y expectativas de sus grupos de interés mediante la puesta en marcha de acciones específicas dirigidas a cada uno de ellos.

Las actuaciones relacionadas con sus anunciantes y con su audiencia se agrupan en dos grandes bloques:

- **Protección a la audiencia y anunciantes:** actuaciones orientadas a ofrecer un espacio seguro tanto a sus marcas, como a su espectadores, oyentes y usuarios digitales, mediante mecanismos de control y vigilancia y considerando y asegurarse de proteger a las audiencias más vulnerables. Entre estas actuaciones se incluyen aquellas en marcadas en las siguientes prácticas.
 - o Brand Safe y la Publicidad Responsable
 - o Protección de menores
 - o Accesibilidad del contenido
 - o Protección de datos personales
- **Compromiso con los asuntos que generan mayor preocupación social:** actuaciones orientadas a asumir su labor de información y concienciación, tratando de contribuir al desarrollo y progreso de la sociedad en la que ejerce su actividad e impulsar un cambio positivo en su audiencia a través de los contenidos que crea, emite y difunde. Entre ellas se incluyen el compromiso con el contenido veraz y contrastado, la lucha contra las *fake news*, con ser altavoz social y de denuncia, el impulso de la alfabetización mediática e informacional y el desarrollo de iniciativas de responsabilidad social que promuevan el compromiso con diferentes causas sociales. Entre estas actuaciones se encuentran aquellas enmarcadas en:
 - o El problema de la desinformación: lucha contra las *fake news*
 - o Las iniciativas corporativas de responsabilidad social
 - o La difusión de contenido social y ambiental: altavoz social y por el clima

- o La Alfabetización Mediática e Informativa y Digital

a. Protección a la audiencia y anunciantes

Para garantizar que su actividad se desarrolla de forma responsable, Atresmedia dispone de mecanismos orientados a la protección de la audiencia y los anunciantes que han sido diseñados para promover entornos seguros e inclusivos. En la Política General Sostenibilidad y en la Política de Publicidad Responsable del Grupo se definen y establecen los elementos claves de protección a la audiencia, así como el compromiso del Grupo con el fomento de relaciones basadas en la ética y la responsabilidad con sus anunciantes.

Brand Safe y Publicidad Responsable

Atresmedia Publicidad vela por el buen desarrollo de la actividad publicitaria en todos los canales y formatos del Grupo, incluyendo las plataformas digitales. Para ello, se asegura de que la publicidad emitida es apta para todos los públicos y de que está alineada con los valores y con la misión de la Compañía, garantizando, a su vez, un entorno seguro para las marcas (**Brandsafe**). Además, el estricto cumplimiento de la normativa de identificación de la actividad publicitaria y su diferenciación de la actividad editorial derivada de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) es otro de los principios fundamentales que guían al Grupo, no emitiéndose contenidos comerciales dentro de los programas informativos del Grupo. Atresmedia aplica con rigor las restricciones publicitarias marcadas por la LGCA que limitan la inclusión de contenido comercial en los contenidos informativos, con el fin de garantizar su independencia. Del mismo modo se etiqueta correctamente el contenido como publicidad cuando se emite *branded content* u otro tipo de formato publicitario dentro de los contenidos televisivos, como programas de entretenimiento, actualidad, etc.

Adicionalmente, en 2025 los ingresos procedentes de la publicidad institucional no superaron el 10% de los ingresos totales del Grupo. Del mismo modo, ningún anunciante representó, por sí solo, más del 5% de los ingresos de Atresmedia en 2025.

Mecanismos de control del contenido publicitario

Atresmedia Publicidad posee un modelo de comunicación publicitaria que se fundamenta en la calidad y responsabilidad frente a anunciantes y audiencia. Esto fomenta el trabajo en dos líneas de actuación:

- Mejorar la eficacia de controles de calidad.
- Impulsar la autorregulación del sector para velar por los derechos de consumidores y clientes.

Para ello, el Grupo somete los contenidos publicitarios que difunde en televisión a un estricto control de calidad, previa emisión, tanto interno como externo.

- **Control interno:** el departamento de pauta publicitaria y continuidad por medio de un procedimiento de control de calidad y números filtros reforzados revisan las campañas previa emisión para detectar posibles incompatibilidades con la emisión y garantizar la calidad de las comunicaciones. Además, el departamento de Asesoría Jurídica evalúa las acciones y campañas publicitarias que podrían suponer una potencial complicación o tener efectos legales, con el objetivo de prevenir posibles riesgos de sanciones.
- **Control externo:** el Grupo refuerza este control interno mediante la solicitud de **copy advice** a AUTOCONTROL, que emite informes que garantizan la corrección legal y deontológica de las campañas, así como la concreción de dudas planteadas por Atresmedia Publicidad a AUTOCONTROL. En 2025 Atresmedia ha solicitado a AUTOCONTROL un total de 1.834 *copy advice* y ha realizado 107 consultas deontológicas sobre contenido publicitario.

Gracias a este proceso, Atresmedia puede tomar decisiones sobre la emisión de las campañas, minimizando la aparición de los riesgos identificados y velando por la protección de su audiencia y anunciantes. Si estos mecanismos fallan y el contenido produce una incidencia negativa en la audiencia, Atresmedia Publicidad valora los motivos de la incidencia y, en caso de ser necesario, anula la campaña en emisión. Adicionalmente,

se hace una verificación del proceso de control para localizar posibles errores y, en caso de haberlos, subsanarlos. Por último, en caso de haber sanciones derivadas de incumplimientos de la normativa o de los códigos de autorregulación, Atresmedia Publicidad decide si asumir o recurrir las sanciones. En 2025 Atresmedia ha recibido únicamente 1 sanción relacionada con contenido comercial por un importe de 525.468,8€.

Protección de menores

El Grupo Atresmedia tiene un compromiso firme con la protección de los menores y, por ello, establece mecanismos voluntarios y regulatorios que aseguran que sus espacios son entornos seguros para ellos. Este compromiso está reflejado en la Política General de Sostenibilidad del Grupo, como refuerzo institucional a los mecanismos de protección que la Compañía tiene en marcha para protegerlos en dos ámbitos fundamentales: los contenidos televisivos y las comunicaciones comerciales.

En 2025, Atresmedia ha continuado desarrollando los mecanismos de protección a menores que tiene en marcha.

Medidas y mecanismos orientados a los contenidos televisivos:

- **Sistema de calificación del contenido.** En 2025, el Grupo Atresmedia ha continuado aplicando a todos sus contenidos la correspondiente calificación del contenido por edades que distingue las siguientes categorías: apta para todos los públicos, +7, +12, +16, 18 y X.
- **Control parental.** La plataforma atresplayer cuenta con un sistema de control parental y suscripción especial para usuarios familiares que permite tener perfiles diferenciados con diferentes rangos de acceso al contenido.
- **Contenido de entretenimiento dirigido al público infantil.** A través del canal Neox Kids en atresplayer, el Grupo Atresmedia ofrece una oferta de entretenimiento variada enfocada principalmente al público infantil. En 2025, el Grupo ha emitido un total de 1.915 horas de programación infantil (1.226 en 2024). Además, a través del canal AMIBOX de la Fundación Atresmedia, disponible en atresplayer, los menores de entre 6 y 15 años pueden aprender conceptos de alfabetización mediática, informacional y digital.

Medidas y mecanismos orientados a las comunicaciones comerciales:

- **Aplicación de los Códigos Deontológicos relativos a la infancia.** En 2025, Atresmedia Publicidad ha continuado aplicando a todas sus comunicaciones comerciales los códigos deontológicos a los que está adherido, y cumple con la Ley General de Comunicación audiovisual en cuanto a la ubicación de comunicaciones comerciales que no deben ir junto a programación infantil.

En 2025 no se han registrado incidencias relativas al contenido que hayan causado una vulneración de los DDHH de la infancia. No obstante, se ha recibido un expediente sancionador por inadecuada calificación de un programa como +16 que ha conllevado una sanción económica de 176.924€, y dos expedientes por infracciones leves en la emisión en los servicios informativos del mediodía entre semana de imágenes violentas sin aviso acústico previo.

Accesibilidad de los contenidos

Atresmedia tiene el objetivo de ofrecer contenidos informativos y de entretenimiento accesibles para todas las personas, independientemente de sus condiciones visuales y auditivas. Mediante el signado, subtitulado y la audiodescripción, el Grupo vela porque todas ellas puedan disfrutar de los contenidos informativos y de entretenimiento que ofrece en sus seis canales de televisión lineal y en su plataforma atresplayer, respetando y superando lo establecido en la Ley General de Comunicación Audiovisual. Además, el Grupo promueve entre sus anunciantes y proveedores la mejora de la accesibilidad de los contenidos que producen y que son emitidos en sus canales y plataforma.

Accesibilidad de los contenidos en televisión

El Grupo Atresmedia, en su compromiso por garantizar un contenido accesible y de la más alta calidad, trabaja constantemente para mejorar la accesibilidad de sus seis canales de televisión lineal, respetando y superando los requerimientos de la Ley General de Comunicación audiovisual que establece un mínimo de 80% de contenido subtulado y de 5 horas a la semana de signado y de audiodescripción. Además, el Grupo trabaja por ofrecer unos servicios de accesibilidad de calidad que cubran una buena oferta informativa y una alta diversidad de formatos, para ello se aplica un sistema de control y seguimiento interno de las emisiones.

El departamento de emisiones de Atresmedia supervisa los contenidos signados, audiodescritos y subtitulados proporcionados por los distintos proveedores. Esta revisión se realiza en tres fases clave: antes de la emisión, durante la emisión en directo y tras su emisión en televisión. Este proceso integral, que incluye el visionado de subtítulos, audiodescripciones y ventanas de lengua de signos, así como el control directo de la emisión, permite actuar con la máxima eficacia y rapidez ante cualquier incidencia técnica o de programación. El objetivo principal es minimizar cualquier posible impacto sobre la audiencia y asegurar, en todo momento, una experiencia accesible y de calidad para todos los espectadores.

Adicionalmente, para hacer seguimiento del cumplimiento de los requerimientos de la Ley General de Comunicación Audiovisual y de las normas UNE, Atresmedia elabora informes de seguimiento con carácter semanal, mensual y anual, procedentes del registro de emisiones y de los controles externos del proveedor de servicio. Asimismo, el Grupo da respuesta a los requerimientos mensuales, trimestrales y anuales de la CNMC en materia de cumplimiento de la Ley General de Comunicación Audiovisual.

Las principales actuaciones en materia de accesibilidad del contenido lineal llevadas a cabo en 2025 han sido:

- **Audiodescripción, signado (LSE) y subtitulado de contenido televisivo por encima de lo estipulado en la Ley General de Comunicación Audiovisual.** En 2025, Atresmedia ha subtitulado un 93,1% del contenido televisivo (93,9% en 2024), se han audiodescrito un total de 5.309 horas (3.263 h. en 2024) y signado un total de 4.850 horas de programación (2.820 h. en 2024). De esta manera, el Grupo ha vuelto a superar los mínimos establecidos para dar cumplimiento al artículo 102.1, que fija los requisitos de emisión accesible por géneros: audiodescripción en cine, series y telenovelas, y lengua de signos española (LSE) en informativos y programas de actualidad.
- **Subtitulado del 100% de los programas informativos y de actualidad.** En 2025, Atresmedia ha vuelto a subtitular la totalidad de la emisión de sus programas de actualidad.
- **Uso de la Inteligencia Artificial para mejorar la accesibilidad de los contenidos.** En 2023, el Grupo Atresmedia inició un proyecto por el que puso a disposición de sus proveedores de accesibilidad recursos internos para desarrollar nuevas herramientas de emisión accesible con inteligencia artificial. En 2025, Atresmedia ha mantenido esta colaboración para seguir investigando y desarrollando herramientas con IA aplicadas al subtitulado, el signado y la audiodescripción. Asimismo, se ha incrementado tanto el volumen como la oferta de programas subtitulados mediante reconocimiento automático de voz (ARC). Este año también se ha implementado la audiodescripción con voces sintéticas en algunos programas, obteniendo resultados satisfactorios conforme a los estándares de calidad exigidos por el Grupo.
- **Participación en el Comité CTN-UNE 153/SC 5 "Ayudas a la comunicación"** para la revisión de la norma UNE sobre 'Subtitulado para personas sordas', con el objetivo de adaptar y flexibilizar la normativa actual permitiendo la incorporación de nuevas tecnologías que reduzcan el retardo y, al mismo tiempo, garanticen la calidad del servicio. Este grupo está compuesto por CNMC, CESYA, CERMI, operadores de televisión, plataformas, proveedores de servicios de accesibilidad, y universidades, entre otros.
- **Creación de un repositorio de archivos.** Se trata de un proyecto en el que se ha creado un repositorio donde se almacenarán todos los archivos de subtitulado en directo emitidos desde 2017, con el objetivo de dar servicio a otras áreas del Grupo que así lo requieran.

Eficacia de las actuaciones

Atresmedia cuenta con diferentes mecanismos para conocer la eficacia de las actuaciones puestas en marcha en materia de accesibilidad del contenido televisivo. Entre ellas, destaca la elaboración de informes

externos por parte de la CNMC. Periódicamente, este organismo remite dichos informes sobre las emisiones accesibles del Grupo con el objetivo de contrastar los datos reportados y, en caso de ser necesario solicitar información sobre posibles desconformidades.

Estos informes evalúan tanto el cumplimiento de las cuotas mínimas de contenido accesibles como los criterios de calidad establecidos en la Ley General de Comunicación Audiovisual. En la mayoría de los casos, el Grupo ha cumplido con todos los requerimientos establecidos y cuando de forma esporádica se ha detectado una incidencia puntual se han adoptado las medidas correctoras necesarias para la subsanación de forma inmediata, velando además porque no se repita. Del mismo modo si se detecta alguna incidencia en el subtítulo, signado o audiodescripción del contenido emitido se activan los protocolos correspondientes para la subsanación.

Accesibilidad en atresplayer y el entorno digital

En 2025, Atresmedia ha continuado mejorando la accesibilidad de su plataforma atresplayer y sus entornos digitales. En este sentido, en 2025 cabe destacar las siguientes actuaciones:

- **Ampliación del catálogo accesible en la plataforma atresplayer.** atresplayer continúa actualizando la oferta de contenidos en su plataforma y vela para que estos sean accesibles para todas las audiencias. Por un lado, los contenidos emitidos en televisión que son replicados en la plataforma mantienen el signado, subtítulo y la audiodescripción garantizando que un elevado porcentaje del contenido de la plataforma es accesible. Por otro lado, cuando es posible, se subtitulan los contenidos exclusivos de la plataforma. Concretamente a cierre del ejercicio 2025, la plataforma atresplayer contaba en su catálogo con: 33.330 horas de contenido subtítulo, 1.115 horas de contenido audiodescrito y 18 horas de contenido signado.
- **Auditoría de accesibilidad en el entorno digital.** En 2025 para mejorar la accesibilidad del entorno digital del Grupo y dar cumplimiento a la normativa relativa a accesibilidad, se ha llevado a cabo una auditoría integral de accesibilidad digital con el objetivo de conocer el nivel de cumplimiento de los requisitos de accesibilidad en todos los activos digitales. Esta auditoría se ha llevado a cabo en 18 sitios web, 16 aplicaciones y 5 plataformas de Smart TV.

Accesibilidad del contenido comercial

Si bien la accesibilidad del contenido comercial es responsabilidad de las marcas, Atresmedia promueve entre las agencias y los anunciantes con los que trabaja la mejora de la accesibilidad de los contenidos comerciales emitidos. En 2025 destaca:

- **Ampliación del servicio de accesibilidad en las campañas publicitarias institucionales y de medicamentos y apoyo a las marcas,** incluyendo el subtítulo, signado y audiodescripción de estas. Atresmedia, en sus condiciones de contratación, recomienda a los anunciantes que hagan accesibles sus contenidos comerciales. En 2025, se han emitido un total de 1.294 horas de contenido comercial subtítulo (909 h. en 2024), 636 horas de contenido signado (259 h. en 2024) y 337 horas de contenido audiodescrito (163 h. en 2024).
- **Subtitulación de comunicaciones comerciales SSEE (formato de telepromoción).** Durante el 2025 desde el Departamento de Atresmedia Publicidad se ha implementado un nuevo servicio dirigido a los anunciantes y agencias que permite subtitular comunicaciones comerciales SSEE (formato telepromoción) dentro del corte publicitario. Este servicio tiene como objetivo facilitar a los anunciantes y agencias el proceso de emisión de sus campañas publicitarias subtituladas, promoviendo así la accesibilidad y fomentando la difusión de las comunicaciones comerciales inclusivas.

Protección de datos personales

La protección de datos es un aspecto de especial relevancia para Atresmedia, tal y como ha quedado constatado en su análisis de doble materialidad. Las distintas sociedades que conforman el Grupo,

dependiendo de su actividad, llevan a cabo tratamientos de datos personales que precisan de una correcta gestión y protección. Por ello, el Grupo considera necesario adecuar y actualizar de manera continua sus procedimientos con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas en materia de privacidad y minimizar posibles riesgos para el negocio e incidencias sobre sus grupos de interés.

En el marco de este compromiso, Atresmedia dispone de un Modelo de Cumplimiento en materia de Protección de Datos Personales cuya finalidad es garantizar una gobernanza eficaz, asegurar la trazabilidad de las actuaciones y promover una cultura de privacidad y seguridad en toda la organización. En este contexto, el Grupo dispone de políticas, procedimientos y protocolos específicos que aseguran que los empleados tratan los datos conforme al Reglamento General de Protección de Datos.). Entre ellos destacan los protocolos específicos para la protección de datos en programas informativos de entretenimiento, contenidos de radio, etc. y el sistema de gestión de controles ejercido por los responsables de tratamiento, mediante el cual, en coordinación con el DPO y las áreas de negocio, se supervisa la actualización y adecuación de los inventarios de tratamientos y el cumplimiento de las medidas técnicas y organizativas correspondientes.

Asimismo, el Grupo cuenta con procesos y protocolos formalmente aprobados que definen las actuaciones a seguir ante incidencias relacionadas con datos personales, tales como el Procedimiento de Gestión del Ejercicio de Derechos, el Protocolo sobre el Deber de Información y Bases de Legitimación, y el Protocolo de Gestión de Brechas de Seguridad. Este último regula las fases de detección, evaluación, notificación y cierre de incidentes, y requiere la colaboración transversal de distintas áreas que actúan de manera coordinada para mitigar riesgos y garantizar una respuesta rápida y eficaz.

En 2025, las principales actuaciones llevadas a cabo para la gestión de los asuntos relacionados con la privacidad de datos que puedan afectar a clientes y audiencias han sido:

- **Reuniones periódicas del Comité de Privacidad.** El Comité de Privacidad, convocado por el DPO, se ha reunido de forma periódica a lo largo de 2025 para hacer seguimiento del cumplimiento en materia de protección de datos, analizar los riesgos emergentes y revisar la adecuación de las medidas adoptadas. En estas sesiones se han abordado, entre otros aspectos, la evolución del marco normativo, los resultados de las auditorías internas, la gestión de incidencias y las recomendaciones de mejora.
- **Formación específica sobre protección de datos personales en contenidos informativos.** Durante 2025, un total de 45 empleados de los Servicios Informativos de Antena 3 y 116 de laSexta han recibido una formación especializada sobre el tratamiento de datos personales en la elaboración y difusión de contenidos informativos, impartida por el DPO en colaboración con la Asesoría Jurídica, con el objetivo de garantizar un uso adecuado de la información y minimizar posibles incidencias. Esta acción formativa, ha tenido una valoración muy positiva por parte de los participantes.
- **Formación continua del Delegado de Protección de Datos.** En 2025, el DPO ha participado en *webinars*, jornadas y sesiones formativas especializadas sobre novedades legislativas, gestión de riesgos y tendencias en materia de privacidad y ciberseguridad, garantizando así una actualización constante de conocimientos y buenas prácticas en la materia.
- **Actualización de las notificaciones de cookies y textos de privacidad en entornos digitales.** Atresmedia ha actualizado las notificaciones de aceptación de cookies y los textos de privacidad en diversas webs del Grupo, alineándolos con las últimas directrices de la AEPD y garantizando una mayor transparencia y control para los usuarios. Estas mejoras han reforzado la política de privacidad digital de Atresmedia, promoviendo una experiencia más clara y conforme a los principios de consentimiento informado y minimización de datos.
- **Auditorías y control de tratamientos.** Atresmedia mantiene planes anuales de auditorías en materia de protección de datos sectoriales, que se complementan con un sistema interno de gestión de controles ejecutado por los responsables de cada tratamiento. Estos controles permiten verificar el cumplimiento normativo, la actualización de los inventarios de tratamientos y la eficacia de las medidas técnicas y organizativas implantadas. El DPO, junto con las áreas de negocio implicadas, supervisa directamente estos procesos.

- **Nuevas obligaciones relativas a la publicidad política que afectan a datos personales.** El Reglamento (UE) 2024/900 sobre transparencia y segmentación en la publicidad política, en vigor desde 2025, establece nuevos requisitos de transparencia, trazabilidad y limitaciones en el uso de datos personales para la segmentación de contenidos o anuncios con fines políticos. En este contexto, el DPO, en coordinación con el área de Asesoría Jurídica, revisará la adecuación las campañas a las nuevas obligaciones europeas en materia de transparencia y segmentación política.

Para la ejecución y seguimiento de todas estas actuaciones, el DPO cuenta con recursos transversales del Grupo y con la colaboración de las áreas implicadas para asegurar la coherencia, eficacia y mejora continua del Modelo de Cumplimiento en materia de protección de datos.

Durante 2025, Atresmedia ha sido objeto de dos resoluciones sancionadoras por parte de la AEPD, ambas relacionadas con el principio de minimización de datos en la emisión de contenidos informativos. Una de las sanciones ascendió a 30.000€ y la otra a 6.000€, ambas resueltas mediante reconocimiento de responsabilidad y pago voluntario. Estas resoluciones han impulsado la revisión de los protocolos y los controles preventivos sobre contenidos informativos, reforzando la aplicación práctica del principio de minimización y la coordinación entre las áreas de Asesoría Jurídica, Informativos y el DPO.

b. Compromiso con los asuntos que generan mayor preocupación social

En un contexto de rápida propagación de la información y de polarización social, donde la desinformación se posiciona como una de las mayores amenazas globales a corto y medio plazo según el Global Risk Report 2025 del Foro Económico Mundial, Atresmedia, más que nunca, entiende que como medio de comunicación tiene la responsabilidad de atender a los asuntos que generan una mayor preocupación en la población y materializar su compromiso con la sociedad mediante una rigurosa labor de información y concienciación, tratando de contribuir al desarrollo y al progreso.

Adicionalmente, el Grupo Atresmedia, tal y como se recoge en su Política General de Sostenibilidad, tiene entre sus objetivos los de producir y emitir contenidos informativos y de entretenimiento responsables que, entre otras cuestiones, reflejen la diversidad de la sociedad, que contribuyan al progreso y desarrollo de esta, y ayuden a sensibilizar sobre la necesidad de luchar contra el cambio climático.

En este sentido, Atresmedia considera que los medios de comunicación no solo tienen la labor de reflejar la sociedad, sino que además tienen la capacidad de contribuir a impulsar un cambio positivo en la misma, principalmente a través de los contenidos que crea y difunde.

El Grupo lleva, además, su compromiso con el rigor informativo y el entretenimiento de calidad a sus redes sociales. Este esfuerzo ha llevado al Grupo a recibir en 2025 el premio *Media Group of the Year* en los *TikTok Publisher Awards 2025*, un reconocimiento a la creación de contenidos informativos y de entretenimiento adaptados al ecosistema digital y a la construcción de una comunidad activa en torno a contenidos informativos verificados, entretenimiento y divulgación en formato que se ajustan a los hábitos de consumo actuales.

El problema de la desinformación: Lucha contra las *fake news*

El Grupo Atresmedia como referente en servicios informativos y en su rol de comunicador, a través de Antena 3 Noticias, laSexta Noticias y los espacios informativos de Onda Cero, está fielmente comprometido con el rigor y la información veraz. Por ello, cuenta con una serie de mecanismos y herramientas robustas que le permiten garantizar la veracidad de sus informaciones, datos e imágenes y proporcionar el contexto adecuado para el buen entendimiento de los contenidos. En 2025, Antena 3, laSexta y Onda Cero, han continuado desarrollando sus estrategias informativas para combatir las *fake news* y la desinformación.

Antena 3 Noticias

“Antena 3 Noticias” mantiene una firme estrategia para combatir las “*fake news*” y la desinformación basada en su compromiso con el rigor informativo y la veracidad. Los profesionales de nuestra redacción de Noticias y programas de actualidad combaten a diario los bulos y la desinformación

apostando por el contraste y la verificación de la información. La labor de control se realiza de forma constante con distintas herramientas de verificación que garantizan el rigor y la veracidad.

El compromiso con una información veraz, rigurosa y plural se intensifica especialmente en contextos de elevada demanda informativa, como los procesos electorales, los conflictos armados o las catástrofes naturales.

En 2025, bajo la marca “Verifica A3N” ha redoblado los esfuerzos contra las noticias falsas también en las redes sociales. Mediante contenidos de valor, dinámicos e interactivos, el Grupo activa el pensamiento crítico del público más joven para asesorarlo en la detección de bulos, especialmente en Instagram y Tiktok, entornos altamente expuestos a la desinformación. Esta iniciativa complementa el trabajo realizado en las cuentas de Antena 3 Noticias, Espejo Público, Antena 3 Internacional y en los perfiles de Verifica A3N en Facebook y Twitter.

En cuanto al uso de las herramientas de Inteligencia Artificial, los Servicios Informativos de Antena 3 apuestan por un uso responsable, ético y veraz de la IA, velando por el respeto a la propiedad intelectual y a los derechos de los creadores de contenidos.

laSexta

En 2025, la redacción de laSexta Noticias ha continuado trabajando bajo la premisa de que toda información emitida debe estar contrastada y que se debe proporcionar un contexto integral, sin omitir versiones o secciones relevantes, esforzándose por verificar las informaciones, vídeos e imágenes y detectar y desmentir bulos, así como garantizar el derecho a la información veraz, plural, independiente y responsable.

Bajo esta premisa, laSexta ha mantenido el foco de su estrategia contra la desinformación en la detección de bulos y fake news. A través de Newtral, empresa especializada en la verificación de contenidos, laSexta cuenta con un equipo de periodistas especializados en verificación de hechos, que analizan y desmienten los bulos que circulan por redes sociales, aplicaciones o medios de comunicación tradicionales.

En 2025, los informativos de laSexta y otros programas especializados en información y actualidad como Conspiranoicos, centrado en ofrecer información veraz y desmentir bulos relacionados con contenidos de actualidad y difundidos en redes sociales, han liderado la estrategia de lucha contra las *fake news* de laSexta.

Adicionalmente, laSexta realiza su actividad tomando conciencia de los riesgos y desafíos que el uso de la Inteligencia Artificial puede presentar en la labor informativa y en la creación de bulos, al tiempo que entiende que estas herramientas, bien usadas, pueden facilitar la labor de comunicación. Ante esta situación, tal y como se recoge en su código deontológico, laSexta Noticias se compromete a utilizar las nuevas herramientas de Inteligencia Artificial de manera ética, transparente y responsable, garantizando que las aplicaciones de la IA se empleen para mejorar la calidad de la información sin reemplazar el elemento humano y periodístico.

Onda Cero

El principal valor de los Servicios Informativos de Onda Cero son sus profesionales: un equipo que combina experiencia y la veteranía. Precisamente son ellos los garantes de que las *fake news* y los bulos no se cuelen en la antena. Los periodistas de Onda Cero trabajan con fuentes de gran solvencia y fiabilidad, huyendo del ruido y las noticias falsas que se propagan a través de las redes sociales.

El programa ‘Julia en la onda’ emite cada semana la sección ‘Maldita hemeroteca/maldito bulo’, un *fact checking* sobre la actualidad de la semana que busca corregir errores informativos en los medios y/o redes sociales y desmontar bulos.

Por otro lado, los programas y los informativos de Onda Cero han generado gran cantidad de contenido relacionado con la lucha contra la propagación de *fake news* y el peligro de las redes sociales y las pantallas en el desarrollo de niños y adolescentes.

Adicionalmente, cabe señalar que tanto en los informativos de Antena 3 Noticias como en los de la Sexta Noticias, la difusión de imágenes violentas se limita a aquellas situaciones en las que sea necesario para ilustrar la información, siempre bajo el criterio de la dirección que valora en todo momento si esta aporta o no información a la noticia. Del mismo modo, no se ocultan imágenes que denuncien situaciones injustas o la crueldad de la guerra. En cualquier caso, siempre que se considere necesaria la emisión de un contenido violento, se informará previa emisión al espectador de la dureza de las imágenes.

A pesar de todos los mecanismos puestos en marcha para la verificación del contenido emitido, si se detecta que el Grupo ha difundido por error una noticia falsa o errónea, se procede a la rectificación y retirada de este con la mayor brevedad posible minimizando posibles impactos negativos sobre la audiencia, tal y como se ha explicado con anterioridad.

Iniciativas corporativas de responsabilidad social: Ponle Freno, Constantes y Vitales, Levanta la Cabeza, Tolerancia Cero, Crea Cultura, Hablando en Plata y Luz Verde

Atresmedia promueve desde 2008 diversas iniciativas que buscan contribuir positivamente a la sociedad a través del poder de difusión y prescripción de la televisión y la radio. Muchas de estas iniciativas se desarrollan en colaboración con distintos socios de Atresmedia como Fundación Axa o Fundación Mutua Madrileña.

Ponle Freno: la mayor acción de responsabilidad social impulsada por el Grupo Atresmedia junto a Fundación AXA

Ponle Freno es la mayor acción social impulsada por el Grupo Atresmedia en su historia y la iniciativa de mayor envergadura emprendida por una compañía por la seguridad vial. Nació en 2008 con el objetivo de salvar vidas en la carretera y reducir la siniestralidad y, 17 años después, continúa trabajando para dejar el contador de víctimas a cero. Se trata de una iniciativa transversal, dado que tiene visibilidad en todos los medios y soportes de la Compañía e implica a todos sus profesionales y áreas.

Ponle Freno fue concebido como un llamamiento de acción social, para, además de generar conciencia, lograr cambios tangibles y movilizar a ciudadanos, administración y sociedad en su conjunto. Esta iniciativa se coordina desde la dirección de marketing corporativo, que dispone de los medios y recursos necesarios para llevar a cabo el plan de acción y contenidos, y que cuenta además con el apoyo de un equipo comercial que lleva la relación con el principal socio, la Fundación AXA. Gracias a su inversión publicitaria, esta entidad contribuye a aportar recursos para poner en marcha las diferentes actuaciones.

Las principales actuaciones de esta iniciativa llevadas a cabo en 2025 han sido:

- **Carrera Ponle Freno.** Con el objetivo de extender el mensaje de concienciación en seguridad vial por toda España y apoyar a las víctimas de accidentes de tráfico, el circuito de carreras Ponle Freno se ha celebrado en 10 ciudades diferentes, batiendo récord histórico de participación con casi 40.000 inscritos y más de 440.000€ recaudados destinados íntegramente a proyectos de apoyo a víctimas de accidentes de tráfico. Atresmedia mide el éxito de esta iniciativa gracias al uso de plataformas digitales
- **Centro de Estudios y Opinión Ponle Freno-AXA.** Con el objetivo de seguir ampliando la labor de divulgación y promoción de la Seguridad vial a través del Centro de Estudios y Opinión Ponle Freno-AXA, en abril de 2025 se lanzó el séptimo informe sobre siniestralidad con animales con datos actualizados y recomendaciones para afrontar este tipo de situaciones en carretera. Además, se ha celebrado una nueva edición de las Jornadas 3.0 para analizar la siniestralidad vial en zonas urbanas poniendo el foco en los peatones como colectivo vulnerable.
- **17ª edición Premios Ponle Freno a la seguridad vial.** Con carácter anual, Atresmedia celebra la entrega de premios Ponle Freno con el objetivo de reconocer el trabajo de todas aquellas personas, instituciones e iniciativas que hayan contribuido a promover la seguridad vial.
- **Campañas de concienciación y sensibilización en seguridad vial.** Durante 2025 se han emitido cuatro campañas diferentes a través de los canales de televisión, radio y digitales de Atresmedia: “Un clic que salva cientos de vidas al año”, para concienciar sobre la importancia del uso del cinturón de seguridad en el 50 aniversario de su implantación en España; “Operación Salida en Semana Santa y Verano” y “Campaña de denuncia de señales y carreteras en mal estado”. Esta última campaña, que

supone la 8ª edición, ha finalizado con más de 300 denuncias recibidas y tramitadas a través de la plataforma Ponle Freno.

- **Podcast “Operación Salida”.** En 2025 se ha lanzado la cuarta edición de su podcast “Operación Salida”, presentado por Sandra Golpe, y que ha tenido un alcance de 16.900 reproducciones en las principales plataformas del Grupo y 27.000 usuarios únicos.

Adicionalmente, Ponle Freno cuenta con un comité de expertos en seguridad vial que se reúne periódicamente para seleccionar los temas y enfoques a abordar en las campañas emitidas en radio y televisión, que vela porque los mensajes mandados sean rigurosos, estén contrastados y tengan en cuenta la sensibilidad del tema tratado, respetando siempre a las víctimas.

En 2025, la cobertura que el Grupo ha dado a Ponle Freno en sus 6 canales de televisión ha incluido la emisión de un total de 5.056 pases promocionales que han ayudado a difundir la iniciativa y promover la seguridad vial.

Constantes y Vitales: la mayor iniciativa de responsabilidad corporativa de la Sexta junto a Fundación AXA para potenciar la investigación, la ciencia y la prevención en salud

Desde que Constantes y Vitales viera la luz hace 11 años, el Grupo Atresmedia y Fundación AXA han trabajado para impulsar la investigación y la ciencia, poner en valor la labor de los investigadores y acercar la ciencia a la sociedad a través de la divulgación, dotarla de más recursos y concienciarla sobre la importancia de la prevención médica para combatir las enfermedades.

Esta iniciativa es gestionada desde la dirección de marketing corporativo de Atresmedia, que cuenta con los recursos y medios necesarios para ejecutar el plan de acción y contenidos. Además, dispone del apoyo del equipo comercial encargado de la relación con el principal socio, la Fundación AXA, cuya inversión publicitaria contribuye a financiar las distintas actuaciones.

Las principales actuaciones que se han llevado a cabo desde Constantes y Vitales durante 2025 han sido las siguientes:

- **Campaña y evento “Chicas, la ciencia nos necesita”** para promover vocaciones científicas y tecnológicas entre niñas y jóvenes. El spot de televisión se emitió tanto en radio como en televisión y canales digitales, llegando a 18 millones de espectadores. Adicionalmente, en el seno de la campaña, se organizó un encuentro con la bióloga molecular y candidata a astronauta Sara García Alonso, al que acudieron más de 50 escolares de forma presencial y que fue retransmitido en *streaming* para que pudieran seguirlo todos los centros escolares de España.
- **Campaña de comunicación “Menos cuento, más ciencia”**, enfocada en alertar a la sociedad sobre los peligros de las pseudoterapias y defender el papel fundamental de la medicina basada en evidencias. La campaña, protagonizada por Mamen Mendizábal, se ha compartido a través de televisión, radio y medios digitales y ha llegado a 14 millones de personas.
- **Entrevistas a prestigiosos expertos en la sección “Conversaciones Constantes y Vitales” en La Brújula de Onda Cero**, donde se abordan aspectos como la prevención de diferentes enfermedades y se dan a conocer importantes avances científicos en diferentes áreas. Este programa tiene una audiencia media de 528.000 oyentes.
- **Evento “De esto hay que hablar” para promover la salud mental.** Presentado y moderado por la periodista Mamen Mendizábal, este evento, celebrado con motivo del día mundial de la salud mental, reunió en su programa una mesa de debate, ponencias y testimonios inspiradores de referentes como la psiquiatra **Marian Rojas Estapé**, la presidenta del Observatorio de la Soledad no Deseada (SoledadES) y exministra de Asuntos Sociales, Matilde Fernández, la alpinista e ingeniera **Eduarne Pasaban**, y el vicepresidente del Consejo General de la Psicología de España, **José Antonio Luengo**. El acto, abierto al público, fue clausurado por la Ministra de Sanidad **Mónica García**.
- **11ª edición Premios Constantes y Vitales a la investigación biomédica y prevención en salud**, realizada con el objetivo de reconocer, poner en valor, apoyar y fortalecer la labor investigadora y de prevención de los científicos españoles en el ámbito de la salud en el último año.

El equipo que desarrolla las actuaciones de constantes y vitales cuenta con el asesoramiento de un comité de expertos, formado por científicos y científicas españoles, que, entre otras cuestiones, selecciona los temas a abordar y el enfoque que se les debe dar para que el tratamiento de la información se lleve a cabo con rigor.

La difusión de la iniciativa Constantes y Vitales en la Sexta ha incluido 547 pases promocionales que han ayudado a concienciar a la sociedad sobre la importancia potenciar la investigación, la ciencia y la prevención en salud.

Levanta la Cabeza, por una digitalización sostenible de la sociedad

Desde su creación en 2018, Levanta la Cabeza busca impulsar una digitalización sostenible en la sociedad española, favoreciendo un uso racional, responsable, constructivo y positivo de la tecnología, focalizándose en tres pilares principales: la seguridad, la responsabilidad y la universalidad. Para ello, Atresmedia publica a través de su plataforma propia, levantalacabeza.info y sus redes sociales contenido diario que pretende informar con rigor y de manera didáctica sobre diferentes asuntos vinculados al mundo digital, como la ciberseguridad, el uso de la Inteligencia Artificial, la brecha digital, incluyendo recomendaciones para un uso seguro y sostenible de la tecnología.

En 2025, Levanta la Cabeza ha continuado su labor de divulgación informativa a través de la web y perfiles de redes sociales. Además, ha puesto en marcha el envío de una *newsletter* semanal con un diseño innovador y accesible, para posicionar esta plataforma en la web de referencia que ayude a entender los nuevos retos y oportunidades que plantea la digitalización.

Levanta la Cabeza también cuenta con un comité de expertos que comparten sus diferentes puntos de vista y asesoran a la plataforma sobre las últimas tendencias tecnológicas, para identificar los asuntos más relevantes a abordar dentro de la iniciativa.

Tolerancia Cero, lucha contra la violencia de género

“Contra el Maltrato Tolerancia Cero” nace en 2015 fruto de la colaboración entre Fundación Mutua Madrileña y Antena 3 Noticias con el principal objetivo de visibilizar y apoyar la lucha contra la violencia de género, involucrando a los principales presentadores de los servicios informativos, con el objetivo de contribuir a la sensibilización social y a la reducción de las víctimas por violencia de género. Otro de los objetivos prioritarios es maximizar el alcance de los mensajes de sensibilización y rechazo frente a la violencia de género entre públicos de todas las edades. Esta iniciativa discurre principalmente en el plató de Antena 3 Noticias, uno de los lugares de máxima notoriedad el Grupo Atresmedia, desde el que el equipo de informativos y sus presentadores mantienen viva la lucha contra la violencia de género, denunciando esta lacra social y divulgando los recursos y medios disponibles para que las víctimas denuncien.

Adicionalmente a la labor divulgadora, de denuncia y concienciación que se lleva a cabo desde el plató, Antena 3 Noticias y Fundación Mutua Madrileña ponen en marcha otras actuaciones desarrolladas bajo el paraguas de Tolerancia Cero para extender la lucha contra la violencia de género. Entre estas actuaciones, en 2025 destacan:

- **Décimo aniversario de la Iniciativa** Con motivo del décimo aniversario de Tolerancia Cero se ha desarrollado una nueva identidad gráfica y un nuevo cierre creativo para las campañas que hacen alusión a los 10 años de lucha contra la violencia de género. **La continuidad de “Municipios contra el Maltrato”** al que se han sumado más de 400 municipios para promover los programas de protección a las víctimas, formación a ciudadanos, información en las calles y eventos en contra de la violencia de género. En 2025, el Grupo ha reconocido a 35 municipios de toda España por sus acciones centradas en contra de la violencia de género durante la celebración de sus fiestas locales.
- **Celebración de la II Mesa de Expertos Tolerancia Cero** con el objetivo de conocer las posibles causas de las que radican los casos de maltrato y poder abordarlas a través de las iniciativas de Tolerancia Cero que se llevan a cabo durante el año.
- **Celebración del III *webinar* “violencia de género en las RRSS”** para alumnos de 13 a 16 años y que está disponible para visualizarse de forma abierta y gratuita en jovenescontraelmaltrato.com.

- **Colaboración con la Policía Nacional**, para lanzar campañas específicas con mensajes de estos prescriptores especializados en la materia, quienes han aparecido en pantalla junto a los presentadores del Grupo.
- **Celebración de las V Jornadas contra el Maltrato: “¿Qué nos está pasando?”** que cuentan con personalidades relevantes del mundo social, político y jurídico, así como con representantes de Atresmedia y Fundación Mutua Madrileña que han pedido un pacto social para frenar la violencia sexual contra los menores en internet.
- **Realización del VI Macroestudio sobre la percepción de la violencia de género** a 6.000 encuestados de entre 16 y más de 55 años. Este año, de los 6.000 encuestados, el 70% conocían la iniciativa Tolerancia Cero.

Hablando en Plata, comprometidos con las personas mayores y contra el edadismo

Hablando en Plata nació en 2022 como una iniciativa transversal de Antena 3 y laSexta para luchar contra el edadismo, poner en valor a las personas mayores y visibilizar sus problemáticas. Con ello Atresmedia pretende alcanzar tres objetivos principales, orientados a mejorar la vida de las personas sénior, mayores de 55 años:

- Liderar un movimiento social de concienciación que ayude a combatir el edadismo instalado en nuestra sociedad.
- Aumentar la percepción de valor de este colectivo.
- Servir de ayuda a las personas mayores poniendo en el centro del debate los temas que les conciernen.

Desde entonces, Hablando en Plata se ha integrado en la programación de contenidos del Grupo, con presencia regular en los informativos y programas de actualidad y ha protagonizado cuatro especiales de prime time de Antena 3 y ha contado con la colaboración de los principales rostros y prescriptores del Grupo. Además, dispone de su propia web y perfiles en redes sociales que ofrecen información útil y de interés para las personas mayores. Además, la iniciativa ha seguido sumando reconocimientos del sector y en 2025 ha sido reconocida con el Premio Compromiso Mayor en el III Congreso de Economía Plateada en la categoría Consumo y Nuevos mercados adaptados y el Premio BELSILVER de Medios de comunicación de la Cátedra BELSILVER Nebrija-L'Oréal Groupe en Comunicación, Imagen y Bienestar de la Generación Silver.

Durante 2025, se llevaron a cabo, entre otras, las siguientes actuaciones:

- **Renovación del Certificado AENOR** como televisión comprometida con las personas mayores, siendo Atresmedia Audiovisual, por segundo año consecutivo, la única televisión en Europa con esta certificación.
- **Lanzamiento del I Barómetro de Edadismo Hablando en Plata.** Tras una exhaustiva revisión de las fuentes documentales y estadísticas que han abordado previamente el edadismo, Atresmedia ha comprobado que no existe un estudio referencial de actualización periódica que aborde esta discriminación con una perspectiva longitudinal. Ante este hecho, la iniciativa ha puesto en marcha una completa, ambiciosa y pionera investigación centrada, en su primera edición, en recabar información para entender cómo perciben y viven el edadismo los mayores de 55 años. La investigación contó con una metodología mixta combinando una encuesta de 1.000 entrevistas con dos grupos focales y un plantel de expertos en el tema que contribuyeron a dar forma al estudio e interpretar los resultados. El estudio supone una completa herramienta para conocer mejor el fenómeno y así poder hacerle frente. Sus principales conclusiones y hallazgos se presentaron en un acto en el Ateneo de Madrid presentado por Sonsoles Ónega y que contó con la presencia de la secretaria de Estado de Derechos Sociales
- **Campañas de concienciación.** Como parte de la iniciativa, el Grupo Atresmedia ha lanzado en 2025 diferentes campañas de sensibilización. En concreto, se han emitido dos spots protagonizados por Sonsoles Ónega y Alberto Chicote en los que se han puesto en valor logros científicos, médicos, artísticos o deportivos que han sido conseguidos cuando sus responsables superaban los 55 años, invitando a la reflexión acerca de que habría ocurrido sin su participación. También se han lanzado unas cortinillas con datos del Informe Mundial del Edadismo de la OMS que han revelado la importancia y consecuencias de esta discriminación. A finales de año se ha estrenado una campaña

que revela los principales hallazgos del I Barómetro de Edadismo Hablando en Plata y que incide en la necesidad de conocer esta discriminación para poder hacerle frente.

- **Emisión del cuarto especial de Hablando en Plata, “Volver a empezar”.** Este especial, presentado por Sonsoles Ónega abordó la soledad no deseada que afecta a personas mayores cuando se producen cambios importantes en sus vidas (jubilación, viudedad, divorcio) mediante la emisión de testimonios inspiradores de personas que han pasado y superado este tipo de situaciones.
- **Emisión continuada de contenido sobre temas o problemáticas de especial interés para las personas mayores** en los programas informativos y de actualidad.
- **Sesiones formativas sobre el edadismo a diferentes profesionales y periodistas** con el objetivo de conocer más a fondo el problema y sus consecuencias y que sean tratados y reflejados en los medios de una forma adecuada.
- **Acuerdo de colaboración con el diario digital 65ymás.** Se trata de una publicación especializada en el público sénior. Ambas entidades, que unieron esfuerzos en 2024, han afianzado su acuerdo este año, amplificando juntas el compromiso de poner en valor a las personas mayores y visibilizar las dificultades que enfrentan.
- **Firma de un acuerdo comercial con CaixaBank** por un periodo de 9 meses y con contenidos en televisión, soportes digitales y radio centrados en temas de interés para los sénior.

Para dar visibilidad a la iniciativa Antena 3 ha difundido un total de 2.342 pases de Hablando en Plata en 2025.

Crea Cultura; con Crea Lectura y AhoraQueLeo

Crea Cultura es una iniciativa que nace en 2018 para promover e impulsar la divulgación y el interés de la sociedad por la cultura, así como el respaldo de todos los profesionales que forman parte de este sector, en una defensa de los derechos de autor.

Crea Lectura

Dentro de Crea Cultura, destaca la actividad llevada a cabo por Crea Lectura, una iniciativa de Atresmedia dirigida al mercado editorial, que pretende despertar y alimentar el gusto por la lectura. A través de su página web el Grupo ofrece información valiosa y recomendaciones literarias, primeras lecturas, nuevas incorporaciones, premios, así como novedades y curiosidades del mundo editorial. Además, Crea Lectura, cuenta con un programa de emisión quincenal en La Sexta y Mega, dedicado a la literatura y los libros, con el objetivo de reconocer el valor de la propiedad intelectual y apoyar a los creadores y sus obras. Cada emisión pasa a formar parte del catálogo permanente de Atresplayer, lo que permite su consumo *on demand*.

En 2025 Crea Lectura ha emitido un total de 24 programas para promocionar más de 70 títulos de diferentes autores, con los que se han alcanzado más de 600 millones de impactos en la población española. Adicionalmente, todos los contenidos se emiten en Antena 3 Internacional expandiendo el fomento de la lectura los 29 países donde se recibe su señal.

Ahora que Leo

En 2019, al abrigo de Crea Cultura, nace AhoraQueLeo un proyecto de fomento de la lectura y apoyo a la literatura de laSexta. AhoraQueLeo es una iniciativa independiente de laSexta y, por ello, recomienda libros de todas las editoriales españolas, grandes y pequeñas, dando voz a todo tipo de autores, géneros y estilos. Además, con el objetivo de acercar la lectura a todos los públicos y edades, tiene presencia en todas las Redes Sociales, con más de 3,7 millones de seguidores.

Desde que la iniciativa viera la luz ha cumplido su misión de recomendar un libro al día para fomentar la lectura, alcanzando los 2.275 libros recomendados en sus diferentes formatos. Adicionalmente, cada día una de esas recomendaciones es mencionada en alguno de los programas más emblemáticos de laSexta (laSexta Noticias, Al Rojo Vivo, Más Vale Tarde o la Sexta explica), garantizando su visibilidad al menos 6 días a la semana.

Luz verde, Onda Cero enciende la Luz Verde por la sostenibilidad y contra el cambio climático

En marzo de 2024, Onda Cero lanzó su nueva iniciativa de responsabilidad corporativa Luz Verde, con la que a través de campañas, mensajes, reportajes y entrevistas en todos sus programas busca la complicidad de los

oyentes para frenar el deterioro del planeta, luchar contra el cambio climático y hacernos más resilientes ante sus efectos, convirtiendo la defensa del medioambiente en una cuestión transversal a toda su programación.

Esta iniciativa cuenta con el asesoramiento de la organización WWF y con el compromiso de todos los comunicadores de la cadena, quienes bajo el lema “Onda Cero escucha el clima” y desde sus respectivos programas incorporan un enfoque respetuoso con el medio ambiente en sus comunicaciones, poniendo el foco en actuaciones que mejoren la salud del planeta y denunciando aquellas que provoquen su deterioro.

Las principales acciones llevadas a cabo en 2025 dentro de esta iniciativa han sido:

- **Primera edición de los premios “Luz Verde”** que reconocieron a aquellas personas o instituciones cuyas iniciativas contribuyeron a mejorar la sostenibilidad y la lucha contra el cambio climático en 2024.
- **Promociones en antena** a lo largo de toda la programación para difundir consejos domésticos sobre sostenibilidad y respeto al medio ambiente.
- **Sección semanal de medio ambiente en los programas ‘Julia en la onda’ ‘Por fin’ y ‘Una tarde más’**, este último incluyendo entrevistas.
- **Programa semanal ‘Onda agraria’**, con información de agricultura, pesca y ganadería, que fomenta el consumo de productos de proximidad y kilómetro cero y la actividad agraria sostenible.

Difusión de contenido social y ambiental: altavoz social y por el clima

Atresmedia no limita su actuación a ofrecer una información veraz y ajustada a la realidad, sino que asume también un papel activo en la sensibilización social, integrando este enfoque de manera transversal en su programación, tanto a través de sus contenidos como de sus espacios publicitarios.

- **Emisión de campañas gratuitas de ONG:** El Grupo Atresmedia lleva más de quince años cediendo parte de sus espacios publicitarios a entidades sin ánimo de lucro. A través de esta iniciativa, logra un doble propósito: por un lado, permite a las ONG dar visibilidad a sus causas y aprovechar el alcance mediático de Atresmedia; por otro, contribuye a sensibilizar a sus audiencias sobre estas causas sociales, acercándoles la posibilidad de colaborar con ellas. En 2025 el Grupo ha emitido un total de 33 campañas sociales, valoradas en 22,2 millones de euros. Todas las campañas emitidas están alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible con el fin de medir su contribución a la Agenda 2030. En 2025, algunos ejemplos de estas campañas han sido:
 - La campaña de Fundación Hogar SI (ODS 1 Fin de la pobreza), que visibiliza la situación de las personas sin hogar a través de testimonios reales
 - La campaña de Fundación Grupo Español de Investigación en Cáncer de Mama (ODS 3 Salud y Bienestar), que se centra en necesidad de invertir en investigación ya que cada vez las pacientes diagnosticadas son más jóvenes.
 - La campaña de Fundación PROCLADE (ODS 10 Reducción de las desigualdades) que visibiliza la soledad y dificultad a la que se enfrentan las personas mayores en contextos de mayor vulnerabilidad en distintas partes del mundo.
 - La campaña Fundación Ecomar (ODS 14 Vida submarina) centrada en la sensibilización y cuidado de los mares y océanos.
- **Apoyo al Comité de Emergencia.** El Grupo Atresmedia apoya, desde su creación, al Comité de Emergencia, formado por siete ONG internacionales especialistas en ayuda humanitaria, Acción contra el Hambre, Aldeas Infantiles SOS, Educo, Médicos del Mundo, Oxfam Intermón, Plan International y World Vision, difundiendo a través de todos sus canales de comunicación (televisión, radio y plataformas digitales) los llamamientos de solidaridad a la ciudadanía en las situaciones de crisis detectadas por el Comité. Atresmedia hace llegar a la sociedad toda la información necesaria para enviar ayuda en cada caso. En 2025, el Comité se ha activado en dos ocasiones, contando en ambos casos con el respaldo de Atresmedia: tras el terremoto en Myanmar y después del acuerdo de alto el fuego en la región de Gaza y recaudando 14 mil euros.
- **Emisión de contenidos de entretenimiento y campañas que reflejan la diversidad de la sociedad.** Atresmedia a través de la emisión de contenidos y de entretenimiento quiere servir de altavoz voz a

colectivos minoritarios y mostrar a sus audiencias la riqueza de la diversidad. Por ello, crea y emite contenidos como Mariliendre, Luimelia, una novia por Navidad, Física o Química: la nueva generación, Reinas al Rescate, Las Noches de Tefía o Drag Race, entre otros. Además, en 2025 Atresmedia lanzó la campaña “Sirviendo orgullo” con el objetivo de reivindicar la importancia de seguir contando historias LGTBQ+ en el mundo audiovisual.

- **Acciones y emisión de campañas en colaboración con anunciantes.** Atresmedia Publicidad ha impulsado junto a marcas con las que trabaja campañas comerciales y acciones estratégicas de sensibilización social y ambiental. Algunas de las campañas y acciones lanzadas en 2025, incluyen, entre otras:
 - **“Conduce el Cambio” con Renault Group**, una iniciativa centrada en impulsar una movilidad más sostenible, justa y conectada. La acción se articuló en torno a un HUB digital y una estrategia de contenidos audiovisuales y digitales en televisión, redes y plataformas de Atresmedia
 - **“Tu Tiempo Solar” junto a ISDIN**, una acción de concienciación para prevenir el **cáncer de piel** y destacar la importancia de protegerse del sol todo el año. Iniciativas se integraron en **“El Tiempo de Braseró”** de Antena 3, donde Roberto Braseró transmitió mensajes sobre **fotoprotección y salud de la piel**, uniendo información meteorológica y consejos preventivos.
 - **“Amazon busca pueblo”**, Atresmedia colaboró con Amazon en esta campaña destinada a celebrar las fiestas populares y el arraigo rural en España dándole visibilidad en El tiempo de Braseró, en los programas y líderes y emisoras locales de la radio y en las redes sociales del Grupo.

Alfabetización Mediática e Informativa y Digital (AMI)

El Grupo Atresmedia, a través de la labor de su fundación, la Fundación Atresmedia, lleva a cabo proyectos para contribuir al objetivo de promover la **alfabetización mediática, informativa y digital de niños y jóvenes**, implicando en esta tarea a familias, educadores y a la sociedad en su conjunto y cubriendo uno de los temas que concitan mayor preocupación social en la actualidad: la exposición de los niños, niñas y jóvenes a los riesgos del entorno mediático y digital y su necesidad de adquirir competencias esenciales para gestionarlo de forma crítica, segura y responsable.

Adicionalmente, la actividad de la Fundación contribuye a que el Grupo cumpla con las obligaciones establecidas por la Ley General de Comunicación Audiovisual en relación con el desarrollo de capacidades de alfabetización mediática e informativa en todos los sectores de la sociedad.

En 2025, la Fundación Atresmedia ha continuado sus proyectos de alfabetización mediática, informativa y digital para niños, jóvenes y sus familias, además de desarrollar campañas de sensibilización a la sociedad para promover la protección de los derechos digitales de la infancia y su acompañamiento en la educación mediática y digital. Las principales actuaciones que se han llevado a cabo son las siguientes:

- **Para jóvenes:**
 - o **Efecto MIL (4ª edición):** un concurso para jóvenes de 16 a 25 años, que promueve el uso positivo de redes sociales y la implicación de los jóvenes en la sensibilización de su entorno sobre los riesgos digitales, en el que han participado 818 jóvenes con 378 vídeos, alcanzando 688.077 visualizaciones en redes y que cuenta con la colaboración de Fundación Telefónica.
 - o **Amiflash:** un canal en redes sociales que ofrece a los jóvenes información breve de actualidad sobre medios y riesgos digitales, con el objetivo de fomentar el análisis reflexivo y crítico del entorno digital, publicadas semanalmente con la colaboración de jóvenes periodistas de Atresmedia. Durante el año 2025 se han publicado 120 nuevos contenidos y han alcanzado 1,21 millones de visualizaciones.
- **Para niños y familias:**
 - o **Amibox:** contenido audiovisual de alfabetización mediática, informativa y digital dirigido a niños de 6 a 15 años y sus familias, disponible en atresplayer, YouTube y en su propia APP. En el

año 2025 ha alcanzado 3 millones de visualizaciones acumuladas de los 162 capítulos estrenados.

- **Educación digital en familia:** acciones formativas dirigidas específicamente a familias para facilitar el acompañamiento en la educación digital de sus hijos e hijas.
 - Durante el año 2025 se ha iniciado una colaboración con el diario **La Razón**, en el que la Fundación Atresmedia facilita contenidos de alfabetización mediática de Amibox para la publicación de una sección semanal dirigida a sus lectores. Los artículos publicados han acumulado más de 117.000 accesos.
 - Durante el período estival, la Fundación Atresmedia realizó una colaboración semanal con el programa **“JELO en verano”**, de Onda Cero, para realizar 12 entrevistas a destacados expertos en el ámbito de la educación digital para familias, que, además de su audiencia directa, han contado con más de 51.000 oyentes a través de las redes sociales.
- **Campañas de sensibilización social dirigidas a familias:** se ha producido y difundido en medios del Grupo Atresmedia la campaña **“Saca el móvil de la cena”**, junto a Unicef España, para fomentar el acompañamiento familiar a los menores y las prácticas saludables en el ámbito digital.

- **Para docentes:**

- **Mentes AMI:** un proyecto con dos componentes: unos premios anuales que reconocen la promoción de la alfabetización mediática, informacional y digital en las aulas, en los que han participado 339 centros con 251 proyectos en 2025, y un encuentro anual para profesores sobre alfabetización mediática e informacional. El 4º Encuentro Mentes AMI contó con 950 asistentes presenciales y 8.376 en *streaming*. De ellos, el 91,6% considera que han adquirido conocimientos aplicables en el aula y que los pondrán en práctica. Mentes AMI cuenta con la colaboración de UNIE Universidad, Platino Educa y Fundación LaCaixa.
- **Amibox-Aula:** una guía online para docentes, alineada con la ley educativa LOMLOE, que permite a los docentes trabajar las competencias mediáticas, informacionales y digitales en las aulas. Registró más de 3.500 nuevos usuarios en 2025, hasta alcanzar más de 11.500 docentes registrados y ha sido utilizada por más del 53% de centros de educación Primaria y Secundaria en España.

La Fundación Atresmedia, es miembro del Observatorio de Derechos Digitales, una iniciativa impulsada por Red.es, con la coordinación de la Fundación Hermes, que reúne a cerca de una veintena de entidades públicas y privadas, para promover y defender los derechos de la ciudadanía en el entorno digital.

En 2025, Atresmedia ha realizado una aportación económica directa de 500.000€ destinados a la financiación de las actividades llevadas a cabo desde la Fundación y 27.373€ adicionales procedentes de actividades extraordinarias de captación de fondos cedidos a la Fundación.

A continuación, se muestra cómo las actuaciones previamente mencionadas se vinculan con los objetivos de las políticas, las partes interesadas afectadas por cada una de ellas y las metas definidas para su consecución.

ACTUACIONES RELACIONADAS CON CONSUMIDORES Y USUARIOS FINALES EN 2025				
Actuaciones orientadas a la protección de la audiencia y los anunciantes				
Ámbito	Políticas y objetivos	Actuaciones	Partes interesadas afectadas	Metas
Brand Safe y Publicidad Responsable	Esta actuación se alinea con el objetivo de ofrecer un espacio seguro a las marcas y proteger a la audiencia recogido en la Política de Publicidad Responsable y la Política General de Sostenibilidad.	Mecanismos de control del contenido publicitario internos y externos	Anunciantes y audiencias	Objetivo general sin metas específicas

Protección del menor	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de la Política General de Sostenibilidad de proteger a los menores.	Sistema de calificación del contenido	La audiencia, concretamente los menores	Objetivo general sin metas específicas
		Control parental		
		Contenido especializado dirigido al público infantil		
		Aplicación de Códigos Deontológicos relativos a la infancia		
Accesibilidad de los contenidos	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de la Política General de Sostenibilidad de ofrecer contenidos accesibles para todas las personas.	Audiodescripción, signado y subtulado del contenido televisivo y aumento del catálogo accesible en atresplayer y el entorno digital, así como la creación de un repositorio de archivos subtitulados	La audiencia, concretamente, las personas con dificultad visual y auditiva	Véase apartado S4-5
		Uso de la IA para mejorar la accesibilidad		Objetivo general sin metas específicas
		Participación en Comité de Ayudas a la comunicación		
		Ampliación del servicio de accesibilidad en las campañas publicitarias institucionales		
Protección de datos personales	Estas actuaciones se alinean con los objetivos de la Política General de Protección de Datos.	Reuniones periódicas del comité, revisión de nuevas obligaciones legales y realización de auditorías	La audiencia (incluyendo usuarios webs)	Objetivo general sin metas específicas
		Emisión de campañas de sensibilización	La audiencia	
		Formación en protección de datos	La audiencia	
		Actualización de los textos de privacidad y de las cookies en los entornos digitales.	La audiencia (incluyendo usuarios webs)	
Actuaciones relacionadas con el compromiso de Atresmedia con los asuntos que generan mayor preocupación social				
Ámbito	Políticas y objetivos	Actuaciones	Partes interesadas afectadas	Metas
El problema de la desinformación: Lucha contra las fake news	Estas actuaciones se alinean con los principios de los códigos deontológicos y el objetivo de ofrecer una información veraz y contrastada y con la Política General de Sostenibilidad.	Actuaciones diarias de las redacciones de noticias y de radio para combatir la desinformación	La audiencia	Objetivo general sin metas específicas
Iniciativas corporativas de responsabilidad social	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de la Política General de Sostenibilidad de contribuir al progreso y desarrollo de la sociedad.	Ponle Freno	La audiencia y los anunciantes mediante la realización de campañas conjuntas	Objetivos anuales sin metas cuantitativas asociadas
		Constantes y Vitales		
		Levanta la Cabeza		
		Tolerancia Cero		
		Hablando en Plata		
		Crea Cultura		
		Luz Verde		
Difusión de contenido social y ambiental: altavoz social y por el clima	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de la Política General de Sostenibilidad de contribuir al progreso y desarrollo de la sociedad.	Emisión de campañas gratuitas de ONG	La audiencia y las entidades sociales	Véase apartado S4-5
		Apoyo al Comité de Emergencia	La audiencia y las entidades sociales	Objetivo general sin metas específicas
		Emisión de contenido de entretenimiento y campañas que reflejan la diversidad	La audiencia	
		Acciones y emisión de campañas en colaboración con anunciantes.	Anunciantes y audiencia	Objetivo general sin metas específicas
Alfabetización Mediática e Informacional	Estas actuaciones se alinean con el objetivo de la Política General de Sostenibilidad de contribuir al progreso y desarrollo de la sociedad.	Proyectos de la Fundación Atresmedia (Mentes AMI, Efecto MIL, Amibox, Amiflash y Amibox-Aula)	Niños, jóvenes y la comunidad educativa	Véase apartado S4-5
		Creación y difusión de campañas de sensibilización sobre la AMI y los derechos digitales.	Audiencias y jóvenes	Véase apartado S4-5

Las cuantías consolidadas del CapEx durante el ejercicio 2025 pueden consultarse en la Nota 6 “Otros activos intangibles” y la Nota 7 “Inmovilizado material”, y las del OpEx en la Nota 18 “Ingresos y gastos”, en concreto el apartado d) Otros gastos de explotación, de las Cuentas Anuales Consolidadas.⁵²

⁵² A la fecha de publicación del informe, Atresmedia no había cerrado los recursos financieros de las actuaciones futuras.

Parámetros y metas

S4-5: Metas relacionadas con la gestión de incidencias negativas de importancia relativa, el impulso de incidencias positivas y la gestión de riesgos y oportunidades de importancia relativa

Para hacer seguimiento de sus objetivos Atresmedia establece metas e indicadores de seguimiento cuantificables y mesurables para cuestiones como:

Metas relacionadas con los objetivos de accesibilidad del Grupo

Como parte de su compromiso con la accesibilidad, Atresmedia realiza mediciones periódicas sobre los datos de signado para personas sordas, subtítulo y audiodescripción de sus contenidos. Desde la entrada en vigor, en 2023, de los requisitos de accesibilidad recogidos en la Ley General de Comunicación Audiovisual, el Grupo supera los tiempos exigidos para subtítulo, audiodescripción y signado (LSE). A continuación, se detallan los compromisos y el seguimiento que Atresmedia mantiene en relación con la accesibilidad de sus contenidos.

Meta 1. Subtitular al menos un 92% del contenido emitido en televisión. Este objetivo supera lo establecido en la Ley General de Comunicación Audiovisual que exige un 80%. El Grupo Atresmedia hace seguimiento, mensual, trimestral y anual de este indicador que, además, forma parte del plan de retribución variable de los consejeros ejecutivos del Grupo. Con esta meta, el grupo pretende garantizar que su contenido sea inclusivo y accesible para las personas con dificultades auditivas. Atresmedia cumple anualmente con esta meta y supera desde el año 2018 el 90% de contenido televisivo subtítulo.

Subtitulado en televisión	N.º de horas 2024	N.º de horas 2025	Variación anual
Antena 3	6.913,07	6.618,6	-4,26%
laSexta	7.000,55	7.112,49	1,60%
MEGA	6.896,35	6.948,38	0,76%
Neox	7.035,21	6.862,26	-1,04%
Nova	6.786,44	6.701,6	-1,25%
Atreseries	7.034,42	7.070,6	0,51%
Total de horas	41.666,04	41.313,85	-0,84%
% sobre 24 horas	93,90	93,1	-0,85%

Meta 2. Mejora de la accesibilidad mediante el incremento de las horas de contenido signado hasta alcanzar 13h/semanales de media en 2031, superando las 5 horas semanales que establece la Ley General de Comunicación Audiovisual y alcanzando las 10h en 2025. Atresmedia hace un seguimiento cuatrimestral del progreso de esta meta.

A continuación, se detallan las horas totales y semanales signadas por Atresmedia en 2024 por y en 2025 por canal de televisión, el total, así como la media semanal anual y la variación.

Signado en TV	2024		2025		Variación anual
	N.º horas totales	N.º horas semanales	N.º horas totales	N.º horas semanales	
Antena 3	403,74	7,76	631,32	12,14	56,37%
laSexta	521,60	10,03	831,78	16,0	59,47%
MEGA	513,41	9,87	861,57	16,57	67,81%
Neox	405,26	7,79	750,64	14,44	85,22%
Nova	427,29	8,22	912,43	17,55	113,54%
Atreseries	548,36	10,55	862,29	16,58	57,25%
Total	2.819,67	54,22	4.850,03	93,27	72,01%
Media semanal(h)	9,02		15,54		72,4%

Meta 3. Mejora de la accesibilidad y superar las 5 horas semanales de contenido audiodescrito que establece la Ley General de Comunicación (5h/semanales) audiovisual. Esta meta tiene un seguimiento anual.

Audiodescripción en TV	2024		2025		Variación anual
	N.º horas totales	N.º horas semanales	N.º horas totales	N.º horas semanales	
Antena 3	384,43	7,39	651,17	12,52	69,4%
laSexta	395,33	7,60	594,24	11,43	50,3%
MEGA	503,67	9,69	963,64	18,53	91,3%
Neox	1.003,47	19,30	1.303,84	25,07	29,9%
Nova	426,27	8,20	909,02	17,48	113,2%
Atreseries	549,56	10,57	886,99	17,06	61,4%
Total	3.262,73	62,74	5.308,90	102,09	62,7%
Media semanal(h)	10,45		17,01		62,69%

Meta 4: Aumentar las emisiones subtituladas con reconocimiento automático (ARC) para seguir reduciendo costes sin renunciar a la calidad de los subtítulos en directo.

Esta meta está relacionada con el aumento de los contenidos subtitulados de manera automática gracias al uso de la Inteligencia Artificial, que permitirá mantener el elevado número de contenidos subtitulados sin renunciar a la calidad.

Meta 5: Aumentar las emisiones con audiodescripción para ciegos con voces sintéticas para seguir reduciendo tiempos de trabajo y costes, sin renunciar a la calidad de estos contenidos accesibles.

Las metas establecidas se supervisan semanalmente mediante consultas internas realizadas con herramientas propias (registro de emisión e informes SPE). Además, se refuerzan y contrastan con los informes mensuales, trimestrales y anuales que la CNMC requiere para verificar el cumplimiento de la LGCA 2023 en materia de accesibilidad (92% sub y 5h AD y LSE por semana).

El objetivo de emitir más horas de programación con subtítulos, audiodescripción y signado está siendo alcanzado gracias a la mayor agilidad en los flujos de trabajo internos y a la mejora e implementación de tecnologías basadas en la IA. Esto permite al Grupo cubrir ampliamente con los volúmenes exigidos por la LGCA, sin renunciar a la calidad de los contenidos, así como crear un catálogo extenso de programas accesibles.

Metas relacionadas con el impacto de Atresmedia en la comunidad.

Desde hace más de 15 años, Atresmedia emite campañas gratuitas para ONG con el objetivo de visibilizar su labor. Desde que esta iniciativa viera la luz el Grupo ha ido ampliando su compromiso de emisión de campañas gratuitas, beneficiando a diferentes ONG y dando voz a sus causas, permitiendo que la sociedad las conozca y pueda colaborar con ellas.

Meta 1. Incrementar las campañas de publicidad gratuitas para ONG emitidas en televisión, hasta alcanzar 36 campañas anuales en 2031. El Grupo se ha comprometido a incrementar el número de campañas emitidas hasta 2031, alcanzando las 33 campañas en 2025. Concretamente en 2025 se han emitido un total de 33 campañas en beneficio de 30 ONG, por un valor 22,2 millones de euros.

Además, este indicador forma parte de los indicadores ASG de la financiación sostenible del Grupo, tal y como se expone en el apartado G1-1.

Meta 2. Que el 100% de las campañas emitidas sean accesibles para personas con discapacidad auditiva y visual. Desde 2020, la totalidad de las campañas gratuitas para ONG difundidas en los canales del Grupo Atresmedia son subtituladas, siendo esto un requisito fundamental para su emisión. Cuando es necesario, además, se exige que los spots cuenten con audiodescripción. En 2025, el 100% de las campañas gratuitas emitidas en los canales del Grupo Atresmedia se subtituló, cumpliendo con el objetivo. Atresmedia hace un seguimiento continuado de dicha meta.

INVERSIÓN (€)	2024	2025
Inversión en TV	9.924.245	10.811.532
Inversión en radio	12.904.235	11.305.300
Inversión en digital	153.147,36	73.260,46
Inversión total	22.981.627,36€	22.190.092,46€

CAMPAÑAS	2024	2025
N.º de campañas emitidas ⁵³	40	33
ONG beneficiadas	30	30
Campañas subtituladas	100%	100%

Metas relacionadas con la Alfabetización Mediática Informativa y Digital y la labor de la Fundación Atresmedia.

La Fundación Atresmedia fija, mediante su Plan de Actuación, metas orientadas a medir los resultados de sus actuaciones para promover la Alfabetización Mediática Informativa y Digital. Desde que en 2021 orientara su misión a esta labor, la Fundación Atresmedia ha visto incrementado su impacto, manteniendo los buenos datos de proyectos presentados a los premios Mentas AMI, así como la asistencia al encuentro, un incremento gradual de los participantes en el proyecto para jóvenes Efecto MIL y una mejora constante de los datos de visionado de su contenido educativo.

Meta 1. Aumentar el alcance del encuentro y los premios Mentas AMI. Para ello, la Fundación Atresmedia cuenta con indicadores de seguimiento tales como: aumentar el número de proyectos inscritos para participar en los premios Mentas AMI en 2026 y el número de profesores inscritos para asistir al evento como muestra del interés por el proyecto y alcanzar la plena asistencia al mismo.

Meta 2. Dotar a los profesores de herramientas para mejorar sus competencias AMI. Para ello, la Fundación Atresmedia cuenta con una serie de indicadores tales como: alcanzar un porcentaje significativo de profesores participantes en el evento Mentas AMI que afirman haber obtenido herramientas AMI útiles para aplicar en el aula y de profesores participantes que afirman que incorporarán nuevos conceptos AMI a sus prácticas docentes.

Meta 3. Aumentar el alcance y el impacto del proyecto EFECTO MIL para promover el buen uso de las redes sociales entre los jóvenes. Para ello, la Fundación Atresmedia cuenta con una serie de indicadores tales como superar el número de vídeos presentados en 2025 por jóvenes de entre 16 y 25, incrementar el número de participantes registrados y alcanzar las 750.000 visualizaciones.

Meta 4. Dotar a las aulas de herramientas útiles para trasladar las competencias AMI a los alumnos. Para ello, la Fundación Atresmedia cuenta con una serie de indicadores tales como: alcanzar un número significativo de centros educativos registrados como usuarios de la guía educativa Amibox-Aula, e incrementar la frecuencia de uso de la herramienta por parte de los docentes registrados.

⁵³ El elevado número de campañas en 2024 es resultado de una mayor cobertura debido a fenómenos extraordinarios como la DANA o las activaciones del Comité de Emergencia.

4. Información sobre Gobernanza

NEIS G1 Conducta Empresarial

Atresmedia tiene un firme compromiso con el mantenimiento de altos estándares de conducta empresarial y cultura corporativa, incorporando prácticas como la lucha contra la corrupción y el soborno, una gestión responsable con los proveedores y la transparencia en sus actividades y compromisos relacionados con la influencia política.

Gobernanza

NEIS 2 GOV-1: El papel de los órganos de administración, dirección y supervisión

El Grupo Atresmedia está firmemente comprometido con el buen gobierno, la transparencia y la eficacia en el desarrollo de su actividad, siguiendo los principios éticos que ha definido y que guían el comportamiento de todos los miembros de la organización; incluidos los órganos de administración, dirección y supervisión.

El papel del Consejo de Administración y la Comisión de Auditoría

El Consejo de Administración de Atresmedia vela por que la relación de la Sociedad con sus distintos grupos de interés se desarrolle bajo la legislación vigente y los principios de responsabilidad social que ha adoptado de manera voluntaria, procurando conciliar el interés social con los intereses legítimos de sus empleados, proveedores, clientes y otros grupos de interés que puedan verse afectados.

Por su parte, la Comisión de Auditoría y Control desempeña un papel fundamental en la supervisión del cumplimiento de las normas de gobierno corporativo, los códigos internos de conducta y la Política General de Sostenibilidad, que recoge las pautas de comportamiento en materia social y ambiental. Esta comisión traslada al Consejo de Administración las inquietudes de los grupos de interés de las que tenga conocimiento en el ejercicio de sus competencias, pudiendo abarcar tanto asuntos relevantes procedentes tanto del Canal de Consultas y Denuncias como de otros mecanismos de comunicación que el Grupo pone a disposición de sus grupos de interés y que se detallan en diferentes políticas corporativas. La Comisión supervisa tanto la actividad del Canal de Consultas y Denuncias, principalmente a través de los informes de actividad del Comité de Cumplimiento, como el cumplimiento de la normativa interna, incluyendo la Política de Comunicación de Información Económico-Financiera, No Financiera y Corporativa, la Política General de Sostenibilidad y la Política de Gobierno Corporativo.

Experiencia del Consejo de Administración en conducta empresarial

La Comisión de Nombramientos y Retribuciones aprueba y mantiene actualizado un documento interno sobre la composición del Consejo de Administración y de sus comisiones, que constituye una herramienta clave para identificar las necesidades en materia de composición y perfiles de los órganos de administración. Este documento integra la matriz de competencias de los consejeros, así como información en materia de diversidad desde distintos puntos de vista, incluyendo edad, tipología, diversidad geográfica y otros parámetros relevantes.

En 2025, la Secretaría del Consejo realizó una nueva revisión de este documento con el fin de adaptarlo a los cambios producidos durante el ejercicio, derivados de la ampliación del número de consejeros, la dimisión de un consejero dominical y nombramiento de otro a propuesta del mismo accionista, así como del nombramiento de dos nuevas consejeras independientes. Esta actualización permitió reflejar las competencias que reúnen los actuales consejeros, así como actualizar la información relativa a edad, tipología, diversidad geográfica y demás parámetros considerados en materia de diversidad.

Como resultado, a 31 de diciembre de 2025, ocho de los 14 consejeros del Consejo de Administración cuentan con competencias en gobierno corporativo y cumplimiento normativo, entre otras, y cuatro consejeros cuentan con competencias en ciberseguridad, todos ellos aspectos fundamentales de la conducta empresarial de Atresmedia.

Durante el ejercicio 2025, el Responsable de Cumplimiento ha asistido en tres ocasiones a las reuniones de la Comisión de Auditoría y Control con el fin de informar sobre la actividad desarrollada por el Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) y sobre los principales asuntos relacionados con la conducta empresarial, como, por ejemplo, la actividad del canal de consultas y denuncias. Asimismo, la Comisión es informada de las cuestiones relevantes en materia de ciberseguridad y protección de datos que son reportadas al CCN a través del Chief Information Security Officer (CISO) y de la Delegada de Protección de Datos (DPO).

Con el objetivo de asegurar que la totalidad del Consejo de Administración dispone de información actualizada sobre estas cuestiones, todos los consejeros, incluidos aquellos que no forman parte de la Comisión de Auditoría y Control, reciben la presentación con el contenido tratado, reforzando la implicación del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la conducta empresarial.

El Consejo de Administración no solo realiza una función de supervisión sino que ejerce de forma efectiva su responsabilidad en relación con la conducta empresaria, siendo competente para la aprobación y actualización de los elementos esenciales del Modelo de cumplimiento y prevención penal del Grupo, entre los que se incluyen el Código de Conducta, el Protocolo Anticorrupción, el Sistema Interno de Información (Canal de Denuncias), así como el nombramiento del Responsable del Sistema y del responsable de la gestión del citado canal.

Gestión de incidencias, riesgos y oportunidades

NEIS 2 IRO-1: Descripción de los procesos para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa

En relación con el proceso implementado por Atresmedia para identificar los impactos, riesgos y oportunidades materiales vinculados a su conducta empresarial, puede consultarse el requisito de divulgación IRO-1 de las NEIS 2, donde se detallan las cuatro fases del análisis de doble materialidad: entendimiento, identificación, evaluación y determinación.

A continuación, se presenta un resumen de los impactos, riesgos y oportunidades materiales identificados en dicho proceso por temática material:

	IROs	Descripción	Políticas	Cadena de valor
BUEN GOBIERNO Y ÉTICA EMPRESARIAL				
 Impacto positivo	Políticas y compromisos ambientales sociales y de buen gobierno	La actualización y mejora del buen gobierno corporativo mediante la aplicación de los principios de la Política General de Gobierno Corporativo de Atresmedia y la Política General de Sostenibilidad, de aplicación de las mejores prácticas del mercado y de las recomendaciones de los organismos reguladores, como ESMA o la CNMV, suponen un impacto positivo para el Grupo, mejoran su reputación y generan más confianza en sus grupos de interés	Política General de Gobierno Corporativo Política General de Sostenibilidad	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimiento de los compromisos o fallo en sistema de evaluación y supervisión	Si se produjera un incumplimiento de los compromisos voluntariamente adquiridos o un fallo en los sistemas de evaluación y supervisión implementados por el Grupo, este podría enfrentarse a riesgos reputacionales y a una pérdida de confianza en sus grupos de interés		Operaciones propias
 Riesgo potencial	Entorno competitivo con mayor regulación.	Si Atresmedia fallara en la adaptación de sus procesos internos al nuevo entorno competitivo en el que opera, donde existe una mayor regulación, podrían darse riesgos derivados de incumplimientos con consecuencias financieras para el Grupo.		Operaciones propias

 Oportunidad	Inversión en emprendimiento social	Atresmedia ha identificado que existe una oportunidad de negocio en las inversiones en startups sociales (Cuideo, Saldados...) y <i>mediapartnerships</i> que incorporan preocupaciones sociales y medioambientales en su modelo de negocio.		Aguas abajo
 Riesgo potencial	Fallos en los procedimientos de <i>due diligence</i>	Las inversiones en startups pueden conllevar riesgos financieros derivados de la mayor inestabilidad de los negocios, así como de posibles fallos en los procedimientos de <i>due diligence</i> .		Aguas abajo
CIBERSEGURIDAD				
 Impacto positivo	Modelo de Seguridad de la Información (MSI)	Gracias a la robustez del Modelo de Seguridad Informática (MSI) de Atresmedia y a su compromiso con la seguridad, la información, los sistemas y la detección temprana, los grupos de interés de la Compañía se desenvuelven en un entorno digital seguro, y además se minimiza la posibilidad de materialización de riesgos cibernéticos.	Política de Seguridad de la Información	Operaciones propias
 Riesgo potencial	Incumplimiento de la regulación emergente	El incumplimiento de la legislación presente o futura en materia de ciberseguridad podría derivar en sanciones económicas para el Grupo.		Operaciones Propias
CUMPLIMIENTO NORMATIVO				
 Impacto positivo	Modelo de Cumplimiento Normativo y Prevención Penal	El Modelo de Cumplimiento Normativo y Prevención Penal de Atresmedia es un instrumento flexible, completo y eficaz que permite extender la cultura de cumplimiento y el enfoque preventivo a todos los ámbitos de las empresas del Grupo, contribuyendo a reducir la aparición de riesgos asociados al incumplimiento regulatorio o a la comisión de delitos.	Modelo de Cumplimiento Normativo y Prevención Penal Código de Conducta Protocolo Anticorrupción	Operaciones Propias
 Riesgo potencial	Cambios normativos	Los cambios normativos significativos o cambios en las interpretaciones de la normativa existente en materia contable, fiscal, penal, laboral, competencia y, protección de datos, así como la propia regulación del sector audiovisual y publicitario y la necesidad constante de adaptarse al nuevo entorno, podrían derivar en riesgos estratégicos para el Grupo que afectasen al desarrollo del negocio.		Operaciones propias
 Riesgo potencial	Fallo en los mecanismos de control	El fallo en los mecanismos de control que rigen la emisión de contenidos podría derivar en riesgos de incumplimiento de la regulación audiovisual.		Operaciones propias
INVERSIÓN SOSTENIBLE				
 Oportunidad	Acceso a financiación sostenible	Atresmedia entiende que el acceso a la financiación sostenible representa una oportunidad financiera, al tiempo que contribuye a generar un impacto positivo en la sociedad. Ejemplo de ello, es el préstamo sindicado del Grupo en el que se han negociado condiciones de financiación más ventajosas vinculándolo al cumplimiento de tres indicadores ASG.		Operaciones propias

 Oportunidad	Respuesta a los índices de sostenibilidad	La respuesta que el Grupo da a diferentes índices de sostenibilidad (MSCI, S&P, CDP) pueden suponer una oportunidad para mejorar la reputación del Grupo y atraer el interés de nuevos inversores, así como para identificar actuaciones que le ayuden a mejorar su desempeño.		Operaciones propias
---	--	--	--	---------------------

G1-1: Políticas de conducta empresarial y cultura corporativa

El Sistema de Gobierno Corporativo de Atresmedia contribuye a las actividades del Grupo se desarrollen bajo un marco de cumplimiento legal y un ejercicio de responsabilidad exigente. Este sistema está alineado con valores como el compromiso, la calidad y la responsabilidad, pilares que constituyen la base del buen gobierno y la cultura corporativa de Atresmedia. Asimismo, este sistema, que incluye el procedimiento de toma de decisiones del Grupo, se fundamenta en la Política de Gobierno Corporativo de Atresmedia y está compuesto por los órganos de gobierno y administración, así como por un conjunto de normas y disposiciones legales que garanticen su correcto funcionamiento y control. Este sistema también fortalece la relación con los grupos de interés, asegurando que se gestionen adecuadamente sus expectativas y necesidades.

Políticas con respecto a la conducta empresarial

En el sitio web de Atresmedia están disponibles las políticas y normas internas de gobierno corporativo (Estatutos Sociales, Reglamentos y Políticas corporativas que se detallan a continuación), así como el acceso al Canal de Consultas y Denuncias y su procedimiento regulador:

1. Normas de gobierno de los órganos sociales y de cumplimiento: regulan su composición, las competencias y el régimen de funcionamiento, entre otros aspectos.
 - [Estatutos Sociales.](#)
 - [Reglamento de la Junta General de accionistas.](#)
 - [Reglamento del Consejo de Administración.](#)
 - Reglamento del Comité de Cumplimiento Normativo.
2. Políticas corporativas:
 - [Política General de Gobierno Corporativo.](#)
 - [Política General de Sostenibilidad](#) y sus políticas complementarias (Recursos Humanos, Medioambiente y Acción Climática, DEI (diversidad, equidad e inclusión) y Publicidad Responsable).
 - [Política de Remuneraciones de los consejeros.](#)
 - [Política de comunicación de información financiera, no financiera y corporativa y de contacto con accionistas e inversores.](#)
 - [Política fiscal corporativa.](#)
 - [Política de riesgos.](#)
 - [Política general del sistema interno de información.](#)
 - [Política para el uso responsable de herramientas de inteligencia artificial y conexas.](#)
 - [Política general de protección de datos.](#)
 - [Política de Privacidad del Canal.](#)
3. [Código de Conducta.](#)
4. Protocolos y procedimientos de cumplimiento y control, incluidos en el Modelo de Cumplimiento normativo:
 - Protocolo anticorrupción.
 - Sistema disciplinario del Modelo de Cumplimiento normativo y prevención de delitos.
 - Protocolo de actuación ante situaciones con riesgo penal.
 - Protocolo de actuación ante el incumplimiento del Modelo de cumplimiento.
 - Procedimiento de gestión de informaciones.

- Protocolo sobre aceptación y entrega de regalos.
- Reglamento interno de conducta en materias relativas a los mercados de valores.
- Protocolo de prevención de riesgos laborales.
- Protocolo de gestión de notificaciones.
- Protocolo de análisis y aprobación de operaciones vinculadas.
- Protocolo para la gestión de apoderamientos y la utilización de certificados electrónicos.
- Protocolo de contratación de directivos, comerciales y empleados.
- Política corporativa en materia de Seguridad de la Información y políticas dependientes que conforman la estructura del MSI, así como los procedimientos técnicos y de control asociado a las mismas.
- Protocolo de uso de recursos TIC y ciberseguridad.
- Protocolo de riesgos relacionados con el posible uso de material audiovisual sin derechos.
- Protocolo de actuación ante operaciones de especial trascendencia tributaria.
- Protocolo de gestión de marcas.
- Protocolo de gestión de dominios.
- Procedimiento de gestión de informaciones del Canal.

Dentro del marco normativo interno de Atresmedia, el Código de Conducta presenta una descripción general de las políticas, principios, objetivos y valores que el Grupo considera necesarios y determinantes para su éxito global, así como para fortalecer su presencia en la sociedad.

Como se ha mencionado anteriormente, la máxima responsabilidad en la interpretación y aplicación del Código de Conducta corresponde al Comité de Cumplimiento, compuesto por representantes de la Dirección General Corporativa, la Dirección Financiera, la Dirección de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales, la Dirección de Auditoría Interna y Control de Procesos y la Dirección de Asesoría Jurídica.

Con ello, se hace patente la transversalidad de las cuestiones de cumplimiento y conducta empresarial y la importancia que el Grupo Atresmedia otorga a los asuntos relacionados con el buen gobierno y la ética empresarial.

Además, acorde a los resultados del análisis de doble materialidad y a las tendencias del mercado, el Grupo presta cada vez más atención a la gobernanza de los aspectos relacionados con la ciberseguridad y la transformación digital y la inteligencia artificial; a las oportunidades de negocio que representan y a los riesgos que las rodean (legislación, competencia, vulneración de derechos digitales, etc.), velando porque la gestión que se hace de estas contribuya a generar un entorno operativo seguro, ético y alineado con las normativas vigentes. En consecuencia, dentro del mapa de riesgos corporativos están contempladas las amenazas relacionadas tanto con la ciberseguridad como con el uso indebido de la inteligencia artificial.

Ciberseguridad

La **Política Corporativa de Seguridad de la Información** establece las bases sobre las que se sustenta el Modelo de Seguridad de la Información (MSI) del Grupo. En ella se formaliza el compromiso de Atresmedia de garantizar un entorno digital seguro y se detallan los objetivos y principios rectores que guían su actividad. En términos estratégicos la Ciberseguridad busca aportar valor a todos los niveles de la organización (usuarios, trabajadores y accionistas) generando un entorno seguro y mejorando la reputación de la marca.

Los principales objetivos de Atresmedia en términos de Ciberseguridad son:

- Exponer su compromiso con la protección de los activos de información de la organización.
- El establecimiento del marco por el que se debe regir la gobernanza de la seguridad de la información.
- La manifestación de los principios y normas que deben ser observados para lograr que el compromiso sea una realidad en todos los procesos operativos, comerciales y de negocio, así como para respaldar la estrategia de las tecnologías de la información del Grupo.

El **Modelo de Seguridad de la Información (MSI)** tiene como objetivo gestionar la seguridad de la información en el Grupo, organizando acciones coordinadas desde el área de Ciberseguridad y Técnicas y garantizar un entorno seguro para la información y los sistemas críticos. Este modelo se basa en la detección temprana de

incidencias y en un ciclo de mejora continua, compuesto por cuatro etapas (planificar, hacer, verificar y actuar) que permite que las actividades sean evaluadas constantemente e introducir nuevas mejoras.

El MSI cuenta con un procedimiento de gestión de incidentes de seguridad, cuyo objetivo es establecer un marco integral que define las acciones técnicas, organizativas y operativas necesarias para garantizar una respuesta eficaz ante cualquier evento que comprometa la confidencialidad, integridad o disponibilidad de los sistemas de información del Grupo. Este procedimiento regula las fases de identificación, análisis, contención, erradicación y recuperación frente a incidentes de seguridad, minimizando su impacto sobre los activos tecnológicos, los datos sensibles y la continuidad del negocio. Asimismo, busca salvaguardar la reputación corporativa, la propiedad intelectual y la confianza de empleados, clientes y socios, mediante la aplicación coordinada de recursos especializados y la ejecución de medidas preventivas y reactivas conforme a las mejores prácticas y políticas internas de seguridad.

Durante 2025, el servicio gestionado de ciberseguridad de Atresmedia ha evolucionado hacia un modelo más maduro, integrado y predictivo, consolidando su papel como pilar fundamental en la protección de los activos digitales del Grupo. Tras la consolidación alcanzada en 2024, las actividades se han centrado en ampliar el alcance del servicio, incrementando el número de activos monitorizados, mejorando el procedimiento de gestión de incidentes y analizando en profundidad las tecnologías de seguridad implementadas.

Esta evolución ha permitido la adopción de una consola centralizada de gestión, que facilita una visión unificada de la postura de seguridad y optimiza la respuesta ante vulnerabilidades e incidentes, incorporando mecanismos de priorización basados en el riesgo y el peso del activo, junto con modelos de inteligencia artificial y *machine learning* para el análisis predictivo de amenazas.

Asimismo, se ha potenciado el análisis de vulnerabilidades en tiempo real, sustituyendo los escaneos programados por modelos continuos y no intrusivos, e introduciendo procesos de automatización en las tareas de remediación. Este enfoque avanzado refuerza la capacidad de anticipación y resiliencia de Atresmedia frente a ciberamenazas, garantizando la continuidad operativa, la integridad de la información y la protección de la marca.

Con el objetivo de fortalecer la cultura de ciberseguridad y sensibilizar a toda la plantilla, Atresmedia ha continuado impulsando diversas iniciativas formativas y de concienciación orientadas a reforzar el comportamiento seguro en el entorno digital.

En primer lugar, se ha consolidado un programa de aprendizaje experiencial basado en simulaciones de ataques de phishing, impulsado por un motor automatizado que utiliza algoritmos de inteligencia artificial. A través de estas simulaciones, los empleados desarrollan una mayor resistencia ante intentos de suplantación, aprendiendo tanto del error como del reconocimiento exitoso del ataque. La evolución de las campañas ha sido muy positiva, con una reducción significativa del número de clics por campaña, incluso a medida que se incrementa la dificultad de los ejercicios. En 2025 se han realizado 12 campañas de *phishing* con periodicidad mensual y se han lanzado 40.600 ataques. Las campañas de concienciación enviadas por el Grupo han alcanzado en 2025 a un total de 2.275 usuarios.

De forma complementaria, el Grupo mantiene un Plan de Formación en Ciberseguridad basado en un enfoque cognitivo y de formación continua, que aplica los principios más avanzados de aprendizaje multimedia y de formación. Este programa promueve una participación activa y evaluaciones periódicas para medir la asimilación de conocimientos y la adopción de buenas prácticas.

Finalmente, se ha incorporado una formación inductiva basada en esquemas narrativos inspirados en series de televisión, diseñada para favorecer la autoidentificación del alumno con situaciones reales de riesgo. Mediante este enfoque, el aprendizaje se construye a través de la narración, ayudando al empleado a reconocer que la ciberamenaza es una realidad cercana y superando la falsa percepción de invulnerabilidad expresada en el pensamiento: «A mí no me puede pasar».

Comité de Seguridad

El Comité de Seguridad es el encargado de vigilar los asuntos de ciberseguridad del Grupo Atresmedia. La gestión de brechas de ciberseguridad se articula a través de un enfoque integral basado en la detección temprana, el análisis continuo y la respuesta coordinada ante incidentes, dentro del marco del servicio gestionado de ciberseguridad del Grupo.

El proceso comienza con el análisis y gestión de vulnerabilidades, un servicio continuo que evalúa de manera proactiva los posibles puntos de exposición de los sistemas, aplicaciones y configuraciones. Este análisis abarca vulnerabilidades publicadas, revisiones internas y externas, bastionado, análisis de código y evaluación de las tecnologías de seguridad implementadas. Su finalidad es identificar de forma preventiva los riesgos potenciales y garantizar que la infraestructura tecnológica de Atresmedia permanezca actualizada y protegida frente al creciente volumen de amenazas.

La monitorización y respuesta ante incidentes se lleva a cabo desde el Centro de Operaciones de Seguridad que se estructura en tres niveles de especialización (monitorización, gestión y respuesta experta). A través de plataformas avanzadas de correlación y detección realiza una supervisión continua del tráfico, detección de ataques avanzados y análisis forense cuando es necesario.

Ante la detección de un incidente, se activa un procedimiento estructurado que incluye: alta y categorización del evento, valoración de riesgos, enriquecimiento con contexto técnico, definición del plan de acción inmediato, asignación y priorización de tareas, seguimiento y cierre con autoverificación. Este flujo garantiza una respuesta ágil, documentada y eficaz, minimizando el impacto sobre los sistemas de información y asegurando la continuidad de negocio.

Finalmente, el Centro de Operaciones de Seguridad proporciona alertas en tiempo real, informes ejecutivos periódicos y métricas de desempeño que permiten a Atresmedia disponer de una visión actualizada y precisa del estado de sus vulnerabilidades y del desempeño global del sistema de ciberdefensa, facilitando la toma de decisiones y la mejora continua de la postura de seguridad.

Durante el 2025, en el marco de la cadena de suministro tecnológica del Grupo, uno de sus proveedores sufrió un incidente de ciberseguridad que afectó a una de las plataformas de Atresmedia. Dicha brecha no requirió comunicación a los afectados, al no implicar un riesgo significativo para sus derechos y libertades. La comunicación se coordinó con el encargado del tratamiento que de inmediato aplicó medidas correctoras y preventivas, reforzando los controles técnicos y organizativos existentes.

Aunque el proveedor del servicio actuaba como encargado del tratamiento, Atresmedia, en su condición de responsable del tratamiento, adoptó de forma inmediata las siguientes medidas:

- Registro del incidente en el Registro Interno de Incidencias de Seguridad.
- Revisión y análisis de la información facilitada por el encargado del tratamiento.
- Notificación del incidente a la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD).
- Coordinación continuada con el proveedor para el seguimiento del incidente y la verificación de la eficacia de las medidas correctoras implantadas.
- Envío de un comunicado a toda la plantilla con el objetivo de reforzar la concienciación frente a campañas de phishing y recordar las pautas de actuación y los recursos disponibles para la prevención de incidentes de seguridad.

Las actuaciones realizadas permitieron reforzar los mecanismos de control y supervisión de terceros, así como extraer aprendizajes orientados a seguir fortaleciendo la resiliencia del Grupo frente a ciberamenazas.

Transformación digital e inteligencia artificial

Los avances en el campo de la tecnología y la expansión de las herramientas de inteligencia artificial suponen cambios rápidos, constantes y significativos que afectan a la realidad de las compañías. Atresmedia ha trabajado y sigue trabajando para acelerar su adaptación a estos nuevos entornos y estar preparado para aprovechar las oportunidades que presentan, así como ser capaz de afrontar los riesgos derivados de su uso.

Por ello, como parte de su estrategia de negocio ha implementado planes y proyectos de transformación que le permiten aprovechar la tecnología y ser más flexible y eficiente, buscando la mejora continua de sus procesos de negocio, tanto en lo que se refiere a la generación de contenidos como a la eficacia en la gestión de sus procesos corporativos. En vista de esta evolución y del potencial que la Inteligencia Artificial representa, Atresmedia ha venido incorporando diferentes herramientas a su operativa diaria, garantizando siempre y en todo momento un uso ético y responsable de las mismas.

En este contexto, elaboró en 2023 su primera **Política para el Uso Responsable de Herramientas de Inteligencia Artificial y Conexas**, que establece los compromisos y principios de actuación para garantizar un uso seguro, responsable y transparente de las herramientas de Inteligencia Artificial, particularmente de los grandes modelos lingüísticos. El Grupo cuenta, además, con un **Comité de Inteligencia Artificial** con responsables de divisiones de negocio, tecnología, jurídico, recursos humanos y seguridad informática para tratar los asuntos más relevantes en la materia. Este Comité cuenta, a su vez, con un grupo de trabajo operativo y complementario que se reúne al menos con periodicidad mensual y en función de las necesidades del negocio.

Adicionalmente, desde 2024 el Grupo apoya el **Manifiesto por una Inteligencia Artificial responsable y sostenible de Forética** y suscribe los cinco principios y especificaciones recogidos en él que las empresas deben considerar como guía en su camino hacia la IA responsable y sostenible. Del mismo modo, participa en los eventos y seminarios organizados por Forética en la materia con el objetivo de compartir prácticas responsables en la aplicación de la IA con otras empresas del tejido empresarial español.

Durante 2025, Atresmedia ha continuado desarrollando proyectos para distintos casos de uso de estas herramientas en diversas áreas de la Compañía, con el objetivo de generar ventajas competitivas y obtener resultados tangibles que contribuyan a la optimización del negocio y de sus procesos. Un ejemplo destacado de ello es el uso que Antena 3 Noticias y laSexta Noticias están realizando de herramientas de inteligencia artificial para reforzar la lucha contra la desinformación y combatir la difusión de bulos.

Del mismo modo, a lo largo de 2025, el Grupo ha seguido utilizando soluciones basadas en inteligencia artificial para mejorar la accesibilidad de sus contenidos, principalmente a través del reconocimiento automático de voz aplicado al subtitulado. En paralelo a estos proyectos, ha continuado analizando las nuevas oportunidades derivadas de esta tecnología.

Para el 2026, Atresmedia continúa investigando y desarrollando aplicaciones en ámbitos como catalogación, audiodescripción y LSE para mejorar la accesibilidad de contenidos. Además, el Grupo ofrece a sus trabajadores la oportunidad de formarse en Inteligencia Artificial para que puedan entender las ventajas y los riesgos que la acompañan, estar a la vanguardia tecnológica y hacer un uso seguro y eficiente de la misma en el desarrollo de su actividad.

Por último, cabe señalar que el Grupo Atresmedia, como miembro activo del Responsible Media Forum, participará en 2026 junto a otros medios de comunicación internacionales en los diferentes workshops en materia de Inteligencia Artificial organizados por el foro. Esta temática ha sido elegida por el grupo de trabajo de sostenibilidad como asunto principal a tratar durante el ejercicio 2026 dada la relevancia e impactos que este tema tiene en los medios de comunicación y en el futuro de la información.

Cultura corporativa

La cultura corporativa del Grupo Atresmedia se fundamenta en dos pilares esenciales que reflejan su compromiso con la sociedad y con el ejercicio responsable de su actividad como grupo de comunicación. Estos pilares orientan su forma de actuar y de tomar decisiones, y garantizan que el desarrollo de su negocio se lleve a cabo conforme a principios éticos, de integridad y de buen gobierno, asegurando que sus contenidos sean plurales, veraces, diversos y accesibles.

Por un lado, Atresmedia basa su actuación en el cumplimiento riguroso de la normativa vigente aplicable a su actividad. Este compromiso se extiende al conjunto del Grupo, sus filiales, los órganos de administración, el equipo directivo y todas las personas empleadas, y se articula a través de políticas, procedimientos y mecanismos de control interno orientados a prevenir, detectar y gestionar posibles riesgos legales, regulatorios y éticos, en línea con los principios de buen gobierno corporativo y de conducta empresarial responsable.

Por otro lado, la cultura corporativa del Grupo se apoya en la coherencia con su propósito corporativo, “Creemos en el poder de la reflexión y la emoción”, para contribuir a la generación de una sociedad basada en

valores compartidos. Así como en su misión, sus valores y los compromisos asumidos de forma voluntaria. Estos compromisos están orientados a fomentar una conducta empresarial íntegra, transparente y responsable. Estos compromisos están orientados a fomentar una conducta empresarial íntegra, transparente y responsable, y a contribuir a la generación de una sociedad basada en valores compartidos. En este sentido, Atresmedia promueve el respeto a los derechos humanos, la integridad informativa, la independencia editorial, la lucha contra la desinformación, la transparencia en su actividad comercial y la relación responsable con todos sus grupos de interés.

PROPÓSITO		“Creemos en el poder de la reflexión y la emoción para crear una sociedad de valores compartidos”
MISIÓN		Difundir una oferta informativa y de entretenimiento diversa, innovadora y de calidad, que responda a las necesidades de nuestros grupos de interés, para lograr su confianza, consiguiendo el liderazgo y la sostenibilidad del Grupo.
VISIÓN		Ser el grupo de comunicación multimedia independiente de referencia, con una contribución valiosa y positiva en la sociedad en la que opera.
VALORES	Compromiso	Nos esforzamos por hacer una valiosa contribución a la sociedad creando campañas de sensibilización social que resuelven problemas y generan un cambio positivo.
	Calidad	Trabajamos en la mejora continua de nuestras actividades, desarrollando productos excelentes en su forma y contenido, orientados a las necesidades y expectativas de nuestras audiencias.
	Creatividad	Impulsamos el desarrollo creativo de los empleados, promoviendo la libertad artística y de pensamiento, y respetando los valores democráticos y culturales de la sociedad.
	Visión a largo plazo	Trabajamos en la creación de un proyecto corporativo líder en el sector audiovisual que trata de acercarse al futuro creándolo.
	Innovación	Impulsamos la creación de nuevas ideas, productos, servicios y prácticas que aporten valor a la Compañía y a la sociedad.
	Diversidad	Velamos por ofrecer un entorno laboral en el que se respeten y promuevan la igualdad, la diversidad y la inclusión para que todos nuestros empleados, empleadas y empresas colaboradoras puedan desarrollar su actividad profesional en un entorno seguro, libre y sin prejuicios, garantizando un correcto equilibrio entre la vida personal y profesional. Además, trabajamos para que nuestros contenidos visibilicen y reflejen la diversidad que caracteriza a la sociedad.
	Liderazgo	Motivamos y dirigimos a nuestros colaboradores para fomentar su desarrollo y el de la organización, transmitiendo energía e inspirando confianza para ayudar a la organización a conseguir sus objetivos de negocio.
	Responsabilidad individual y colectiva	Desempeñamos nuestras funciones con criterios de rigor y responsabilidad, cumpliendo con la legislación vigente y con los principios y normas recogidos en el Código de Conducta y colaborando de buena fe con la identificación y corrección de posibles debilidades o deficiencias en Atresmedia.
Trabajo en equipo		Fomentamos una cultura basada en el establecimiento de relaciones de confianza y respeto entre los empleados y la Compañía. Desarrollamos su autonomía y participación en la toma de decisiones, apoyados en los principios de delegación y responsabilidad.

Ambos pilares constituyen la base del marco de gobernanza del Grupo y orientan la definición y aplicación de sus políticas internas, códigos éticos y mecanismos de supervisión, reforzando así una cultura de cumplimiento, ética y responsabilidad en el conjunto de la organización.

Con el objetivo de fortalecer el conocimiento de su cultura corporativa y de que todas las personas que conforman la organización conozcan las pautas de comportamiento y compromisos sociales, ambientales y de buen gobierno que deben regir su conducta, Atresmedia mantiene una comunicación constante con sus principales grupos de interés, especialmente con los órganos de administración, dirección y supervisión y con sus asalariados.

Algunos de los mecanismos puestos en marcha para dar respuesta a este objetivo son:

- Las comunicaciones periódicas del Responsable de Cumplimiento, la Responsable de Privacidad o la Directora General Corporativa.
- Los cuestionarios anuales sobre conflicto de interés enviado a directivos y mandos intermedios (En 2025 se han enviado aproximadamente 289 en todo el Grupo, sobre los conflictos de 2024).
- Las formaciones sobre el Modelo de Cumplimiento y Prevención Penal.
- La disponibilidad y accesibilidad constante de la normativa interna y del Modelo de Cumplimiento, así como del resto de políticas corporativas orientadas a generar un modelo de conducta ético y responsable.
- El canal de Consultas y Denuncias del Grupo.
- Las diferentes comunicaciones y buzones corporativos a disposición de todos los asalariados, como el buzón de sugerencias, las *newsletters*, o la intranet corporativa.

Los miembros de los órganos de administración, dirección y supervisión de Atresmedia promueven la cultura corporativa del Grupo mediante la aprobación y supervisión de la aplicación de las normas, actuando tanto de manera colegiada en el ejercicio de sus funciones como a través de su responsabilidad individual.

Cabe destacar que, en 2025, la cultura corporativa sigue cogiendo peso en la agenda de los órganos de administración, dirección y supervisión. El Responsable de Cumplimiento ha asistido a la Comisión de Auditoría y Control en tres ocasiones para informar sobre la actividad del Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) y del Comité de Privacidad, con reportes presentados al Consejo de Administración por la presidenta de la comisión. Además, de forma habitual, el CCN aborda cuestiones de ciberseguridad y protección de datos, con la participación regular del Delegado de Protección de Datos y el Director de Seguridad de la Información del Grupo. Durante el ejercicio 2025, por su parte, la Directora General Corporativa presentó ante la Comisión de Auditoría y Control la estrategia ASG y los avances y retos en sostenibilidad.

Inversión sostenible

Atresmedia como parte de la comunicación a sus grupos de interés de su desempeño y compromisos sociales, ambientales y de buena gobernanza y en un ejercicio de transparencia, cumplimenta cuestionarios de sostenibilidad elaborados por diversas empresas de *rating* y que constituyen un sistema de autoevaluación y de comunicación de su cultura corporativa.

La puntuación obtenida por Atresmedia en estos cuestionarios en los últimos años ha mejorado de forma continuada, reflejando los resultados de los esfuerzos que el Grupo acomete en materia social, ambiental y de buena gobernanza.

Asimismo, Atresmedia ha identificado que en su composición accionarial y en la comunidad inversora el interés por los asuntos ASG continúa creciendo y que la financiación sostenible puede suponer una oportunidad de acceso a inversión. En el mes de diciembre de 2025, Atresmedia ha formalizado un nuevo préstamo sindicado por valor de 175 millones de euros vinculado al cumplimiento de tres indicadores ASG: el incremento del uso de dato primario para mejorar el cálculo de la categoría 1 del alcance 3 de la huella de carbono de Atresmedia, incorporando para ello la huella de carbono de alcance 1 y 2 de los proveedores más significativos; la cesión de espacios publicitarios gratuitos a entidades sin ánimo de lucro y la accesibilidad a los contenidos en televisión en abierto a través del signado de los mismos.

Además, ha formalizado otro préstamo bilateral por valor de 75 millones de euros, vinculado a los mismos indicadores ASG.

Por último, en cumplimiento del Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea, Atresmedia reporta anualmente los ingresos, gastos e inversiones que se alinean con las actividades y los criterios definidos en él como finanzas sostenibles.

Relación con Inversores

El departamento de Relación con Inversores tiene como finalidad la comunicación de aspectos financieros y de toda índole que pueda resultar de interés para la comunidad financiera, a fin de que pueda tomar las decisiones de inversión más adecuadas contando con la información más completa posible.

Desde hace algunos años, y fruto del creciente interés de los temas relacionados con la Sostenibilidad, el área de Relación con Inversores ha constatado que la comunidad financiera cada vez tiene más en cuenta aspectos medioambientales, sociales y de gobernanza en las compañías a la hora de tomar sus decisiones de inversión. Por ello, Atresmedia, tanto en la publicación de sus resultados trimestrales, como en sus presentaciones corporativas, destaca las acciones de este tipo que se han venido haciendo en el período. Por otro lado, recibe llamadas y consultas relacionadas con temas de Sostenibilidad que afectan a la compañía. Es por ello por lo que se trabaja de manera muy estrecha con el área de Sostenibilidad en la elaboración de informes, cuestionarios y otro tipo de información que posteriormente es trasladada a la comunidad financiera.

Mecanismos para detectar, notificar e investigar comportamientos ilícitos y mecanismos de protección de los denunciantes

Atresmedia cuenta con diversos mecanismos para detectar, notificar e investigar posibles problemas relacionados con comportamientos contrarios a la normativa interna del Grupo, entre los que destaca el Canal de Consultas y Denuncias de Atresmedia. Como se ha mencionado en capítulos anteriores, se trata de una vía prioritaria y confidencial para reportar infracciones de normas del Modelo de Cumplimiento, como delitos penales, violaciones de normativas financieras o contables, discriminación, acoso, vulneración de Derechos Humanos y otras infracciones legales que puedan afectar al interés general y la reputación del Grupo. A través del canal, accesible para terceros a través de la página web corporativa e internamente mediante la intranet corporativa, se pueden enviar consultas o denuncias, también anónimas, y solicitar, en caso de estimarlo necesario, una entrevista personal con el Responsable de Cumplimiento.

Adicionalmente, Atresmedia puede recibir comunicaciones sobre conductas ilícitas relacionadas con las empresas del Grupo o sus empleados contrarios al Modelo de Cumplimiento por otros medios, como pueden ser el buzón de responsabilidad corporativa o incluso a cuentas corporativas del Responsable de Cumplimiento, Sostenibilidad u otros directivos del Grupo.

Cuando se recibe una comunicación, ésta se analiza para ver si reúne las condiciones necesarias para su admisión y tramitación o si procede su inadmisión. Una vez admitida, se notifica al denunciante y al denunciado, respetando siempre el derecho de este último a la presunción de inocencia, al honor, a su defensa, al acceso al expediente y a la escucha.

Todas las comunicaciones son gestionadas bajo estricta confidencialidad y conforme a la normativa vigente, asegurando la protección del denunciante; preservando su identidad (salvo excepciones legales) y garantizando la confidencialidad de los hechos y su procedencia, asegurando que no se toman represalias contra él y respetando su derecho a ser informado del procedimiento hasta la resolución o archivo del expediente, tal y como se recoge en el procedimiento del canal de consultas y denuncias. Asimismo, respecto a las consultas y denuncias relacionadas con corrupción, el Protocolo Anticorrupción de Atresmedia, aprobado por el Consejo de Administración y aplicable a todo el Grupo, establece que las conductas contrarias al mismo deben ser, igualmente, tramitadas por el Canal de Denuncias.

El Responsable de Cumplimiento y de la gestión de las consultas cuenta con la independencia, formación y competencias profesionales y directivas necesarias para la gestión del canal.

Formación sobre conducta empresarial

Con el fin de que todo el Grupo conozca y comprenda las pautas de conducta y normativa interna del Grupo, el Comité de Cumplimiento Normativo aprobó un Plan de Formación obligatorio (2022- 2023) para todos los asalariados, incluidos directivos y mandos intermedios, con información sobre el Modelo de Cumplimiento y el Código de Conducta, donde se informa, además, de la existencia del Canal de Consultas y Denuncias como vía prioritaria y confidencial para comunicar incumplimientos del Modelo o del Código. Esta formación obligatoria forma parte desde 2024 del programa de *onboarding* de Atresmedia, con el fin de que las nuevas incorporaciones conozcan el Modelo de Cumplimiento y cómo se espera que desarrollen su actividad en términos de conducta. Además, desde 2021, directivos y mandos intermedios declaran anualmente y de forma explícita su conocimiento del Modelo y la ausencia de conflictos de interés.

Por último, el Responsable de Cumplimiento, manda un comunicado anual a todos los empleados con el objetivo de recordar la obligatoriedad de cumplir con la normativa interna del Grupo e informar de las novedades y actualizaciones más relevantes. Asimismo, cuando surge una cuestión de especial interés, se envía un comunicado específico sobre la misma a todos los empleados del Grupo.

Cargos expuestos a riesgo de corrupción y soborno

En el Grupo, los cargos con mayor exposición a riesgos de corrupción y soborno son aquellos que ostentan responsabilidades directivas, dada su capacidad de toma de decisiones. Esto abarca al Consejero Delegado, a los Directores Generales Corporativos o de Negocio, al Subdirector de Compras y a los Directores de las emisoras de radio (UNIPREX).

G1-2: Gestión de las relaciones con los proveedores

Atresmedia se guía por los principios de equidad, transparencia, objetividad e independencia en sus relaciones con sus proveedores. Debido a su actividad, el Grupo diferencia entre dos tipos de proveedores, con los que se relaciona de forma diferente y personalizada, pero a los que igualmente exige que actúen conforme a los principios recogidos en su Código de Conducta y a lo dispuesto en la legislación vigente:

- Los proveedores de bienes y servicios.
- Los proveedores de contenidos, que incluyen tanto a las productoras como a las distribuidoras de contenidos.

Con el objetivo de fortalecer la sostenibilidad de su cadena de suministro, en 2025 Atresmedia ha actualizado las cláusulas de sostenibilidad (antes de responsabilidad corporativa) incluidas en los contratos con sus proveedores. Estos con su firma declaran que, entre otros, fomentan los principios de igualdad entre sus trabajadores y garantizan el respeto a los derechos humanos y laborales, no tolerando ningún tipo de discriminación y prestando especial atención a su impacto medioambiental. La cláusula actualizada se incluirá en todos los contratos a partir de 2026.

Adicionalmente, las cláusulas están acompañadas de guías orientativas de carácter ambiental, públicas en la web de Atresmedia y referenciadas en todos los contratos, que tienen como objetivo compartir con los proveedores los principios de comportamiento del Grupo para que estos los conozcan y puedan actuar siguiendo las recomendaciones establecidas en ellas. El Grupo Atresmedia cuenta en total con tres guías orientativas:

- **Principios de gestión responsable de residuos para proveedores de Atresmedia**, tiene como objetivo compartir con los proveedores que realizan trabajos en las instalaciones del Grupo, los principios de gestión de residuo de Atresmedia, para asegurar que estos también realizan una correcta separación y reciclaje de estos.
- **Principios de producción audiovisual sostenible de Atresmedia**, tiene como objetivo compartir los 15 principios de producción sostenible de Atresmedia con las productoras y distribuidoras con las que trabaja y ofrecer orientaciones sobre las medidas a poner en marcha para impulsar una industria audiovisual más sostenible.
- **Principios de gestión ambiental sostenible para proveedores de bienes y servicios**, tiene como objetivo compartir y promover sus 12 principios de gestión sostenible entre todos sus proveedores de bienes y servicios, con quienes desea avanzar conjuntamente hacia una economía más sostenible, invitándoles, en la medida de lo posible, a incorporarlos en su propia actividad.

A continuación, se ofrece información detallada sobre la relación de Atresmedia con cada uno de los dos tipos de proveedores con los que trabaja. En cuanto a las prácticas de pago, el Grupo Atresmedia, tal y como se expone en el apartado G1-6 Prácticas de Pago del presente capítulo, el Grupo actúa conforme a la legislación vigente.

Proveedores de bienes y servicios

La Dirección de Compras es la principal responsable de las negociaciones y la relación con los proveedores de bienes y servicios de Atresmedia. Se identifican tres fases fundamentales:

1. Negociación y acuerdo

En el proceso de negociación se pactan las condiciones de pago y contratación del servicio. Como se ha mencionado anteriormente, el contrato con los proveedores de bienes y servicios incluye una cláusula de sostenibilidad que recoge el compromiso de estos de actuar conforme a los principios de la Política General de Sostenibilidad del Grupo.

En el caso de los proveedores de bienes y servicios, esta cláusula viene acompañada de dos de las guías de carácter ambiental mencionadas anteriormente: los Principios de gestión responsable de residuos para proveedores de Atresmedia y Principios de gestión ambiental sostenible para proveedores de bienes y servicios. Esta última, está basada en la política de medioambiente del Grupo Atresmedia e incluye 12 principios de gestión ambiental sostenible que desea promover entre sus proveedores y que incluyen desde el

cumplimiento legal, hasta el compromiso de reducir el uso de combustibles fósiles, pasando por la identificación de riesgos climáticos o la apuesta del uso de energías renovables entre otras.

2. Homologación como proveedor

Adicionalmente, para gestionar de forma correcta y eficiente estas relaciones, el Grupo cuenta con un procedimiento digital de homologación. Antes de iniciar cualquier acuerdo, y dependiendo del tipo de proveedor y servicio que vaya a ofrecer, se les solicita documentación fiscal, de protección de datos, de prevención de riesgos laborales, etc. velando porque desarrollen su actividad dentro del marco de la ley y conforme a los principios de conducta empresarial de Atresmedia. Esta información es necesaria para que el proveedor pueda ser adjudicatario de un proyecto.

A través de este procedimiento, además, los proveedores suscriben la Declaración sobre el Modelo de Cumplimiento y Privacidad del Grupo Atresmedia, comprometiéndose a adoptar las medidas necesarias para que sus actuaciones y las de su personal se alineen con los principios y valores del Grupo. Concretamente, se comprometen a no tolerar conductas delictivas ni situaciones contrarias al Modelo de Atresmedia y, en caso de detectarlas, a comunicarlas directamente al Grupo a través del Canal de Denuncias; a fomentar la igualdad de oportunidades y respetar el principio de no discriminación y a cumplir con la normativa europea y estatal en materia de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales.

3. Desarrollo de la colaboración

Una vez cerrado el acuerdo de colaboración, es el área gestora que recibe el bien o la prestación del servicio quien tiene la responsabilidad de validar que este se ejecuta conforme a lo establecido en la negociación y de comunicar cualquier incidente significativo al respecto al departamento de compras en caso de ser necesaria su intervención.

Además, con el fin de garantizar que los procesos de compra son transparentes, éticos y competitivos, el Grupo Atresmedia cuenta con un Comité de Compras, que se reúne semanalmente, para evaluar y aprobar las operaciones especialmente significativas debido a su importe y/o repercusión para el negocio en relación con los proveedores de bienes y servicios.

Proveedores de contenido: productoras y distribuidoras

Las productoras y las distribuidoras de contenido constituyen una parte esencial del negocio de Atresmedia. La relación con ambas depende respectivamente de la Dirección General del Negocio Audiovisual a través de la Dirección de Producción en el caso de las productoras y de la Dirección de Producción Ajena en el caso de las distribuidoras.

Como en el caso de los proveedores de bienes y servicios, el Grupo incluye en los contratos con sus proveedores de contenidos la cláusula de sostenibilidad correspondiente, que es específica para este tipo de relación y que además de los valores anteriormente mencionados, señala que, en la medida que la línea argumental del contenido lo permita, se estudiará la inclusión de tramas y contenidos relacionados con temas de impacto social y ambiental y en los encargos de producción.

La cláusula va acompañada de los principios de gestión responsable de residuos del Grupo Atresmedia, con el objetivo de que las productoras que realicen actividades en las instalaciones de Atresmedia gestionen los residuos generados correctamente y los principios de producción audiovisual sostenible de Atresmedia, que ponen el foco en el impulso de una industria audiovisual baja en carbono.

Esta última guía recoge 15 principios de producción sostenible en los que el Grupo está avanzando y que ponen el foco en cuatro áreas de trabajo (descarbonización, gestión de residuos, uso de los materiales y sensibilización). Atresmedia espera que estos principios sirvan de orientación para que las productoras puedan incluir progresivamente criterios de sostenibilidad en los encargos de producción realizados.

Relación con productoras

Los contratos firmados con las productoras y la relación con estas dependen la Dirección General del Negocio Audiovisual. Como se ha mencionado anteriormente, con el objetivo de asegurar que conocen y respetan los

valores del Grupo Atresmedia, se incluyen en los contratos una cláusula de compromiso por la que estas declaran que, entre otros principios, fomentan la igualdad entre sus trabajadores y garantizan los Derechos Humanos y laborales, no permitiendo ningún tipo de discriminación por motivos de género, raza, orientación sexual, creencias religiosas, opiniones políticas, nacionalidad, origen social, discapacidad o cualquier otra circunstancia susceptible de ser fuente de discriminación. Asimismo, se solicita que declaren que gestionan con especial atención el impacto medioambiental derivado de su actividad.

Relación con las distribuidoras

Por su parte, los contratos de las distribuidoras son gestionados por la Dirección de Producción Ajena. Esta dirección se responsabiliza de la transparencia a lo largo del proceso de contratación, gracias a sus procesos internos de aprobación, así como de garantía de protección de los derechos de propiedad intelectual. En esta línea, la selección de contenido de Producción Ajena del Grupo Atresmedia se realiza en función de las necesidades de programación de los canales del Grupo, garantizando mediante el proceso de contratación la cesión de los derechos de explotación de propiedad intelectual necesarios para la explotación comercial de los contenidos audiovisuales.

Respecto al proceso de contratación de entidades extranjeras, se realiza dentro de los territorios amparados por la *Financial Action Task Force* (FATF), impidiendo operaciones relacionadas con paraísos fiscales, blanqueo de capitales, financiación de actividades terroristas o cualquier otro tipo de actividad ilícita, minimizando así posibles impactos adversos.

G1-3: Prevención y detección de la corrupción y el soborno

El Grupo Atresmedia, comprometido con el fortalecimiento y la transparencia de su Gobierno Corporativo, asume como uno de sus objetivos de gestión adoptar y ejecutar con la máxima eficacia medidas y controles que contribuyan a prevenir actuaciones delictivas en la organización y que garanticen en todo momento la legalidad de los actos que, en el ejercicio de sus actividades profesionales, realicen los empleados, colaboradores y directivos de la Sociedad. Para ello cuenta con un Modelo de Cumplimiento y Prevención de Delitos que contribuye a prevenir, detectar y abordar los casos de corrupción o soborno y del que forman parte, como elementos fundamentales, el Protocolo de Anticorrupción y el Código de Conducta.

Procedimiento de detección de casos de corrupción y soborno

En caso de detectarse casos de corrupción o soborno, se abordan en el marco del Modelo de Cumplimiento y Prevención Penal del Grupo y siguiendo lo establecido en el Protocolo de actuación ante un incumplimiento del modelo, el Protocolo de actuación ante situaciones con riesgo penal y el Procedimiento de gestión de informaciones, según corresponda.

La responsabilidad del Sistema Interno de Información y la gestión del Canal de Consultas y Denuncias, así como de la designación al equipo investigador de las posibles irregularidades, conforme a lo establecido en el Procedimiento de Gestión de Informaciones recae sobre el Responsable de Cumplimiento de Atresmedia. Cuando éste considera que existen indicios suficientes de verosimilitud y atendiendo a la relevancia del hecho denunciado, el Responsable designa a las personas que investigarán las posibles conductas ilícitas o irregularidades, asegurando que no exista una implicación personal con el asunto que se está analizando.

En el caso de que el denunciante considere que el Responsable de Cumplimiento tiene un conflicto de interés, se ofrece la opción de elegir un receptor alternativo para gestionar la comunicación con independencia, y que asumirá las funciones del Responsable del Canal en ese caso.

Asimismo, el Responsable del Canal tiene la facultad de actuar con autonomía de iniciativa y control en la gestión e investigación de las comunicaciones recibidas, e informa exclusivamente al Comité de Cumplimiento Normativo (CCN) y a la Comisión de Auditoría y Control sobre las denuncias admitidas a trámite, sus resoluciones y las medidas correctoras aplicadas, garantizando siempre la confidencialidad y los derechos de los afectados.

Comunicación y formación sobre corrupción y soborno a los grupos de interés

Atresmedia se asegura de comunicar sus políticas en materia de cumplimiento a todas las personas para quienes son pertinentes, garantizando que sean accesibles y se comprendan sus implicaciones a través de su publicación en la intranet A3Mil y en la *web* de Atresmedia Corporación. Adicionalmente, existen tres comunicaciones recurrentes - enviadas anualmente mediante correo electrónico a todos los afectados - sobre el Modelo de Cumplimiento y Prevención Penal, Protección de Datos y el Protocolo de Entrega y Recepción de Regalos, que igualmente contribuyen a generar conocimiento sobre estas cuestiones y políticas en el entorno de la organización.

Para garantizar la comprensión de las normas, todos los directivos y mandos intermedios de Atresmedia deben declarar su conocimiento y aceptación. Por su parte, los empleados reciben formación obligatoria sobre el Modelo de Cumplimiento, en la que se incluyen cuestiones relacionadas con la prevención y detección del fraude y el conflicto de interés. Para finalizar la formación es necesario declarar que conocen y comprenden el modelo. Concretamente, el curso aborda: las principales actuaciones realizadas por el Grupo de las que puede derivarse una responsabilidad penal o puedan suponer un incumplimiento del Modelo, los órganos implicados en la supervisión y control y las medidas de prevención y control puestas en marcha.

La totalidad de los cargos identificados como expuestos a riesgo de corrupción y soborno, es decir, el Consejero Delegado, los Directores Generales Corporativos o de Negocio, el Subdirector de Compras y los Directores de las emisoras de radio (UNIPREX), así como el resto de los consejeros ejecutivos y asalariados del Grupo, han sido convocados e incluidos en el plan de formación sobre el Modelo de Cumplimiento y Prevención Penal, donde se trata de forma explícita los temas de corrupción y soborno.

Por último, con el objetivo de fomentar las buenas prácticas a lo largo de su cadena de valor, Atresmedia insta a sus proveedores, al suscribir la declaración y las condiciones de contratación, el conocimiento y aceptación del Código de Conducta, el Protocolo Anticorrupción y el Protocolo de entrega y recepción de regalos del Grupo. Con esta aceptación, los proveedores se comprometen a adoptar las medidas necesarias para que su comportamiento y el de las personas que actúan en su nombre, sean acorde a los principios y valores recogidos en ellos, incluidos la prevención de la corrupción y el soborno.

Parámetros y metas

G1-5: Influencia política y actividades de los grupos de presión

El Grupo Atresmedia mantiene su posición editorial y defiende sus intereses tanto de manera directa como a través de su participación en diversas asociaciones, plataformas y grupos de autorregulación y corregulación de ámbito regional, nacional y europeo. En estos espacios se abordan temas relacionados con la evolución normativa y las políticas públicas relativas a los ámbitos sectoriales en los que Atresmedia presta servicios: comunicación audiovisual, producción audiovisual, medios de comunicación, propiedad intelectual y publicidad. Atresmedia es consciente de que debe mantener una postura ética en el ejercicio de su actividad, defendiendo el equilibrio entre la defensa de la libertad de expresión y el libre desarrollo de su actividad comunicadora y la garantía de los derechos de los ciudadanos.

En el ejercicio de la defensa de su posición editorial e intereses empresariales, Atresmedia participa activamente en grupos de consulta y revisión de la normativa europea aplicable al sector audiovisual. Gracias a ello, tiene la oportunidad de asegurar que sus preocupaciones, experiencia y opiniones son consideradas por los reguladores. Al mismo tiempo, al estar involucrada Atresmedia en dichos procesos, puede poner en marcha acciones para minimizar la materialización de los riesgos asociados a posibles incumplimientos de la normativa que afecta a su sector.

La gestión de las relaciones institucionales y de las actividades de influencia corresponde a la Dirección de Asuntos Regulatorios y Relaciones Institucionales, que se encarga a su vez de informar a los consejeros ejecutivos y directivos cualquier cuestión material relacionada. El Presidente del Consejo de Administración, el Vicepresidente y el Consejero Delegado son los máximos representantes del Grupo en esta actividad⁵⁴.

⁵⁴ Ningún miembro actual de los órganos de Administración, dirección y supervisión del Grupo Atresmedia ha ocupado puestos comparables al actual en la Administración pública en los dos años anteriores a su nombramiento.

Actividades de Influencia del Grupo Atresmedia

Algunas de las asociaciones y plataformas en las que Atresmedia participa activamente para defender sus intereses como medio de comunicación son: la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA); la Plataforma Televisión Abierta; AUTOCONTROL de la Publicidad; la Asociación Catalana de Radio (ACR), la Asociación Española de Radio Comercial (AERC); el IAB Spain; la Comisión de Seguimiento del Código de Conducta sobre comunicaciones comerciales de las Actividades de Juego; el Código de Conducta para la Calificación de los programas audiovisuales y sistemas de descriptores visuales; *Association of Commercial Television and Video on Demand Services in Europe* (ACT); EGTA.

A través de su actividad de influencia, Atresmedia defiende la aplicación de unas mismas reglas para todos los operadores que compiten en un mismo mercado, evitando y corrigiendo las asimetrías regulatorias discriminatorias. Asimismo, aboga por la existencia de unas reglas claras, que permitan el desarrollo del mercado, aporten seguridad jurídica, protejan a los ciudadanos, en particular a los menores, y garanticen los principios constitucionales.

Atresmedia es, desde 2024, parte del Observatorio de Medios, Gobernanza y Transparencia Informativa creado por Fundación Ethosfera y Fundación HAZ con el objetivo de promover y fortalecer una cultura de gobernanza y transparencia en los medios de información en España y Latinoamérica. El Observatorio ha creado un sistema de indicadores por el que se evalúa el nivel de transparencia de las empresas de medios, entre los que se incluyen cuestiones relacionadas con la propiedad y la independencia, con la gobernanza, la publicidad institucional y la relación económica con los anunciantes, y con la creación y divulgación de contenidos editoriales. El Grupo Atresmedia como miembro activo del Observatorio, ha colaborado aportando su conocimiento en el sector para la creación y aprobación de los indicadores. En 2026, se someterá a la primera evaluación de cumplimiento de los indicadores definidos, realizada por el Observatorio en base a las fuentes de información públicas del Grupo, entre ellas el presente informe.

Además, la sociedad Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A. está inscrita desde el año 2023 en el Registro de Transparencia de la Unión Europea⁵⁵. Por último, cabe señalar que en 2025 no se han realizado contribuciones económicas o en especie a partidos políticos.

Algunas de las asociaciones y plataformas en las que Atresmedia participa activamente para defender sus intereses como medio de comunicación son: la Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA); la Plataforma Televisión Abierta; AUTOCONTROL de la Publicidad; la Asociación Catalana de Radio (ACR), la Asociación Española de Radio Comercial (AERC); el IAB Spain; la Comisión de Seguimiento del Código de Conducta sobre comunicaciones comerciales de las Actividades de Juego; el Código de Conducta para la Calificación de los programas audiovisuales y sistemas de descriptores visuales; *Association of Commercial Television and Video on Demand Services in Europe* (ACT); EGTA.

A través de su actividad de influencia, Atresmedia defiende la aplicación de unas mismas reglas para todos los operadores que compiten en un mismo mercado, evitando y corrigiendo las asimetrías regulatorias discriminatorias. Asimismo, aboga por la existencia de unas reglas claras, que permitan el desarrollo del mercado, aporten seguridad jurídica, protejan a los ciudadanos, en particular a los menores, y garanticen los principios constitucionales.

Adicionalmente, Atresmedia es, desde 2024, parte del Observatorio de Medios, Gobernanza y Transparencia Informativa creado por Fundación Ethosfera y Fundación HAZ con el objetivo de impulsar la gobernanza informativa en los medios de comunicación y promover una gestión responsable de los riesgos de desinformación en las empresas, con el objetivo de contribuir a la creación de un ecosistema de información transparente, ético y confiable. El Observatorio ha elaborado un conjunto de estándares sobre gobernanza y transparencia para los medios de información en España y Latinoamérica. En los que se incluyen indicadores relacionados con la propiedad y la independencia, con la gobernanza, la publicidad institucional y la relación económica con los anunciantes, y con la creación y divulgación de contenidos editoriales. El Grupo Atresmedia como miembro promotor del Observatorio, ha formado parte del grupo de trabajo integrado por las propias empresas de medios y otros *stakeholders* relevantes del sector, para crear y consensuar los estándares que, a su vez, están basados en buenas prácticas nacionales e internacionales. En 2026, se someterá a la primera

⁵⁵ Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación SA está inscrita en el registro de transparencia de la UE con el número de identificación (número REG): 680073051473-25.

evaluación de cumplimiento de los estándares definidos, realizada por el Observatorio en base a las fuentes de información públicas del Grupo, entre ellas el presente informe.

G1-6: Prácticas de pago

En relación con las prácticas de pago a proveedores, Atresmedia mantiene una comunicación fluida con los mismos, garantizando así la correcta gestión y el pago puntual de sus facturas⁵⁶.

En su relación con los proveedores el Grupo Atresmedia actúa conforme a lo establecido por la Ley 3/2004, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales y conforme a las disposiciones transitorias establecidas en la Ley 15/2010, siendo el periodo máximo de pago en sus relaciones comerciales de 60 días.

El Grupo Atresmedia entiende que en su relación con los proveedores y en la gestión de pagos, puede resultar necesario amoldarse a las particularidades de cada uno de ellos. En las relaciones con los proveedores de contenidos, previo acuerdo entre las partes y dadas las características particulares del servicio, los periodos de pago pueden estar sujetos a plazos de entrega más largos. En cuanto a las pymes, si bien no existe un procedimiento documentado sobre una reducción en el plazo máximo de pago establecido, Atresmedia en su gestión diaria procura, cuando es posible, agilizar los procedimientos de pago con este tipo de proveedores.

En el ejercicio 2025, el periodo medio de pago a los proveedores de Atresmedia ha sido de 46 días, entendiéndose por periodo medio de pagos el plazo que transcurre desde la entrega de los bienes o la prestación de servicios a cargo del proveedor y el pago material de la operación. A continuación, se detalla el volumen monetario y el número de facturas pagadas dentro del plazo legal establecido.

% de pagos alineados con condiciones estándares	2024	2025
Respecto al volumen de operaciones	71,96%	60,59%
Respecto a las facturas pagadas	82,37%	77,23%

A cierre del ejercicio 2025, no se han registrado procedimientos judiciales por demora en pagos a los proveedores.

⁵⁶Aunque a nivel de negocio, Atresmedia diferencia entre proveedores de contenidos y proveedores de bienes y servicios, a nivel contable el Grupo no hace distinciones entre estos u otros tipo de proveedores.

5. Anexo I Contenidos Ley 11/2018

Información sobre cuestiones sociales y relativas al personal

1.1. DISTRIBUCIÓN DE EMPLEADOS POR CATEGORÍA PROFESIONAL Y SEXO

A continuación, se ofrece información adicional sobre la distribución de la plantilla de Atresmedia a cierre del ejercicio 2025 y su comparativa con 2024:

	2024			2025			Variación anual (%)	
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
Alta Dirección	11	3	14	11	3	14	0,00%	0,00%
Directivos	152	91	243	154	92	246	1,32%	1,10%
Técnicos	940	993	1.933	950	992	1942	1,06%	-0,10%
Administrativos	21	119	140	18	121	139	-14,29%	1,68%
Otras categorías	142	194	336	127	175	302	-10,56%	-9,79%
Total	1.266	1.400	2.666	1.260	1.383	2.643	-0,47%	-1,21%

1.2. PROMEDIO DE EMPLEADOS POR TIPO DE CONTRATO

Las siguientes tablas muestran información relativa al promedio anual de empleados por tipo, sexo, edad y clasificación profesional para el año 2025 y su comparativa con 2024.

Promedio por tipo de contrato y sexo:

	Sexo	2024	2025	Variación anual (%)
Contrato indefinido	Hombres	1.154	1.185,8	2,76%
	Mujeres	1.245	1.278,7	2,71%
Contrato temporal	Hombres	78	78,6	0,77%
	Mujeres	112	107,8	-3,75%
Tiempo parcial	Hombres	16	13	-18,75%
	Mujeres	22	22	0,00%

Promedio por tipo de contrato y edad:

	Edad	2024	2025	Variación anual (%)
Contrato indefinido	Menos de 30	304	300,8	-1,05%
	Entre 30 y 50	1.327	1348	1,58%
	Más de 50	768	815,7	6,21%
Contrato temporal	Menos de 30	135	133,4	-1,19%
	Entre 30 y 50	44	44,5	1,14%
	Más de 50	11	8,5	-22,73%
Tiempo parcial	Menos de 30	10	9	-10,00%
	Entre 30 y 50	20	19	-5,00%
	Más de 50	8	7	-12,50%

Promedio por tipo de contrato y categoría profesional

	Categoría	2024	2025	Variación anual (%)
Contrato indefinido	Directivos	256	268,2	4,77%
	Técnicos	1.764	1817	3,00%
	Administrativos	135	142,8	5,78%
	Otras cat.	243	236,5	-2,67%
Contrato temporal	Directivos	0	0	N/A
	Técnicos	115	119,8	4,17%
	Administrativos	4	1,7	-57,50%
	Otras cat.	71	64,9	-8,59%
Tiempo parcial	Directivos	1	1	0,00%
	Técnicos	22	21	-4,55%
	Administrativos	12	9	-25,00%
	Otras cat.	4	3	-25,00%

1.3. REMUNERACIONES MEDIAS DE LOS ASALARIADOS POR SEXO, SEGÚN TIPO DE CONTRATO Y EDAD (€)

Las siguientes tablas muestran las retribuciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor

Remuneraciones por sexo (€):

	2024	2025	Variación anual (%)
Hombres	61.584	67.798	10,9%
Mujeres	46.777	47.232	0,97%

Remuneraciones medias por sexo y categoría profesional (€):

	2024			2025			Variación anual (%)		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Directivos	173.435	124.530	155.548	218.954	135.367	188.413	26,25%	8,70%	21,13%
Técnicos	47.159	43.444	45.250	46.610	42.691	44.608	-1,16%	-1,73%	-1,42%
Administrativos	35.105	34.942	34.966	36.016	34.919	35.061	2,60%	-0,07%	0,27%
Otros	32.600	33.423	33.075	34.411	33.641	33.965	5,56%	0,65%	2,69%

Remuneraciones medias por edad y sexo (€):

	2024			2025			Variación anual (%)		
	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total
Menores de 30	27.612	26.873	27.156	29.239	28.734	28.920	5,89%	6,93%	6,50%
De 30 a 50	50.917	46.559	48.611	54.132	45.380	49.592	6,31%	-2,53%	2,02%
Más de 50	92.718	63.804	79.387	107.371	67.474	88.945	15,80%	5,75%	12,04%

1.4 RETRIBUCIÓN MEDIA DE ALTA DIRECCIÓN Y CONSEJEROS (€)

A continuación, se muestra información adicional sobre la remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo.⁵⁷

Alta Dirección	2024	2025	Variación anual (%)
Hombre	552.290	984.786	78,31%
Mujer	348.385	693.495	99,06%
Media	508.596	922.366	81,36%

Consejeros No Ejecutivos	2024	2025	Variación anual (%)
Hombre	228.763	230.167	0,61%
Mujer	93.125	72.917	-22%
Media	168.478	144.394	-14,30%

Consejeros Ejecutivos	2024	2025	Variación anual (%)
Hombre	1.406.814	4.990.072	255%
Mujer	-	-	-
Media	1.406.814	4.990.072	255%

1.5 ACCIDENTES DE TRABAJO⁵⁸

A continuación, se ofrece información sobre los accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, así como de las enfermedades profesionales, desagregado por sexo.

		2024	2025	Variación anual (%)
Índice de absentismo por enfermedad común	Hombres	3,73	6,95	86%
	Mujeres	5,91	4,28	-27,41%
	TOTAL	4,8	5,69	18,54%
Índice de frecuencia de accidentes	Hombres	1,36	0,98	-28%
	Mujeres	0,41	0,00	-100%
	TOTAL	0,86	0,46	-46,64%
Índice de gravedad de accidentes	Hombres	0,25	0,02	-92,10%
	Mujeres	0,00	0,00	0
	TOTAL	0,12	0,01	-92,60%

⁵⁷ La variación en la remuneración respecto a 2024 se debe principalmente al pago de remuneración variable en 2025.

⁵⁸ Las tablas incluyen la información del Grupo a excepción de Lastlap, que se incorporó a la sociedad en julio de 2025 y que tiene su propio sistema de Prevención.

Respecto los datos de Lastlap, el índice de frecuencia de accidentes se sitúa en 23,53 y el índice de gravedad en 0,46.

Por su parte, la siguiente tabla muestra el número de accidentes con baja, el índice de absentismo laboral, las horas de absentismo y enfermedades laborales por sexo.

		2024	2025	Variación anual 2024- 2025 (%)
N.º de accidentes con baja (no incluidos <i>in itinere</i>)	Hombres	3	2	-33,33%
	Mujeres	1	0	-100%
	TOTAL	4	2	-50%
Índice de absentismo laboral (voluntario)	Hombres	3,73	4,37	17,16%
	Mujeres	6,03	7,10	17,74%
	TOTAL	5,07	5,82	14,79%
Horas de absentismo	Hombres	88.736	89.608	0,98%
	Mujeres	147.296	164.120	11,42%
	TOTAL	236.032	253.728	7,50%

En los últimos seis meses de 2025 se han producido dos accidentes laborales en Lastlap que han supuesto una baja médica.

Cabe destacar que, al igual que en el ejercicio anterior, en 2024 no se han registrado casos de enfermedades profesionales en ninguna de las empresas del Grupo.

1.6. DESPIDOS

Despidos por sexo (N.º)

	2024	2025	Variación anual (%)
Hombres	18	25	39%
Mujeres	25	32	28%
Total	43	57	33%

Despidos por edad (N.º)

	2024	2025	Variación anual (%)
Menos de 30	9	8	-11%
De 30 a 50	23	39	70%
Más de 50	11	10	-9%
Total	43	57	33%

Despidos por categoría profesional (N.º)

	2024	2025	Variación anual (%)
Directivos	1	2	100%
Técnicos	34	50	47%
Administrativos	4	2	-50%
Otros	4	3	-25%
Total	43	57	33%

1.7 HORAS DE FORMACION

A continuación, se ofrece información adicional sobre las horas de formación con asistencia de los empleados del Grupo Atresmedia, por categoría profesional y su comparativa con 2024.⁵⁹

	2024	2025			Variación anual total (%)
	Total	Hombre	Mujer	Total	
Dirección	4.299	2.571	2.229	4.800	11,7%
Técnicos	21.255	4.791	7.985	12.776	-39,9%
Administrativos	1.786	804	1.862	2.666	49,3%
Otros	3.915	260	573	832	-78,7%
Total	31.253	8.425	12.648	21.073	-32,6%

Información relativa a la lucha contra la corrupción y el soborno

Tal y como se detalla a lo largo del capítulo G1 de Cultura Corporativa, el Grupo está fielmente comprometido con el cumplimiento ley y cuenta con políticas, medidas y mecanismos específicos para prevenir la corrupción y el soborno. (Ver capítulo G1)

A continuación, se muestran las aportaciones que el Grupo Atresmedia ha realizado en 2025, tanto a la Fundación Atresmedia como a otro tipo de entidades y asociaciones sin ánimo de lucro

	2024	2025	Variación anual (%)
A la Fundación Atresmedia	500 mil	500 mil	0%
Otro tipo de aportaciones	331 mil	35 mil	-90%
Total⁶⁰	831 mil	535 mil	-36%

⁵⁹ La variación en las horas de formación se debe al mayor absentismo por parte de los asalariados a las formaciones convocadas

⁶⁰ La variación se debe principalmente a que el Grupo ha mantenido su aportación a la Fundación Atresmedia, pero se han realizado menos aportaciones a otras entidades

Información fiscal y desempeño financiero

Información fiscal

El Grupo Atresmedia cuenta con una estrategia fiscal definida y basada en el cumplimiento de la normativa tributaria en todos los territorios en los que desarrolla su actividad, con el fin de aplicar criterios fiscales comunes a todas sus operaciones, tanto en la sociedad dominante como en el resto de las sociedades que forman parte del Grupo. Esta estrategia refleja el compromiso de la Compañía con el principio de fiscalidad responsable y con las buenas prácticas en materia fiscal, manteniendo una relación abierta y colaborativa con las autoridades fiscales para resolver cualquier discrepancia y asegurar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, así como con el desarrollo sostenible y con el ejercicio responsable y transparente de su actividad, promoviendo una cultura de cumplimiento y responsabilidad dentro de la organización.

En este contexto, la estrategia fiscal y la Política Fiscal Corporativa contribuyen a mejorar los mecanismos desarrollados para el control de los riesgos fiscales, generando impactos positivos en la sociedad y promoviendo la equidad fiscal y la justicia.

La responsabilidad del cumplimiento fiscal recae en el Consejo de Administración de Atresmedia Corporación de Medios S.A., máximo órgano de representación, administración, dirección, gestión y control de la Sociedad, conforme a lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital y en el propio reglamento del Consejo. El Consejo tiene la responsabilidad de determinar la estrategia fiscal de la Compañía y de aprobar la Política Fiscal corporativa previo informe favorable de la Comisión de Auditoría y Control. La Política Fiscal de Atresmedia se encuentra disponible en la [web](#) corporativa y establece los principios sobre los que se basa la gestión de la estrategia fiscal en todas las sociedades del Grupo.

Adicionalmente, el Grupo dispone de un Modelo de Gestión y Control de los aspectos fiscales, definido a partir del Modelo de Gestión de Riesgos Corporativos, que cuenta con controles especiales y con un Protocolo de Operaciones de Especial Trascendencia Tributaria. En este modelo se detalla la tipología de sus operaciones, que, por su importancia o especificidad, deben ser objeto de estudio y análisis antes de su ejecución.

Beneficios antes de impuestos

	2024	2025	Variación anual (%)
Beneficio antes de impuestos	160.329.038	81.325.972	-49%

En cumplimiento de sus obligaciones fiscales, durante el ejercicio 2025 la contribución tributaria de Atresmedia fue de **23.115 miles de euros en impuestos sobre sociedades**. Respecto a las ayudas recibidas por parte del gobierno, Atresmedia ha recibido en 2025 subvenciones por valor de 454 miles de euros, además de las deducciones correspondientes por producción cinematográfica y audiovisual a las que el Grupo tiene derecho.

La Ley General de Comunicación Audiovisual establece obligaciones legales impuestas a las televisiones comerciales a las que Atresmedia tiene que responder dada su condición de Grupo Audiovisual. En este sentido, Atresmedia destina parte de sus ingresos a la producción de cine español. Gracias al talento de sus profesionales, Atresmedia ha convertido esto en una gran oportunidad y un sello distintivo para la Compañía.

A raíz de dicha obligación, el elemento principal que caracteriza la imposición sobre el beneficio de Atresmedia es la **Deducción por Producción Cinematográfica y Audiovisual**. El Grupo aplicó **deducciones** por producción audiovisual y cinematográfica por importe de 10.393 miles euros en 2025 y 3.690 miles de euros en 2024.

A continuación, se desglosa la evolución anual del **impuesto sobre sociedades** abonado, las **subvenciones** recibidas, el Canon de RTVE y las **deducciones** aplicadas durante el ejercicio:

Indicadores fiscales (en miles de euros)

	2024	2025	Variación anual (%)
Impuesto sobre sociedades	11.204	23.115	106%
Subvenciones recibidas	474	454	-4%
Canon RTVE	22.569	22.768	1%
Deducciones aplicadas	3.690	10.393	182%

Información medioambiental

Huella de carbono

Tal y como se detalla en el apartado E1-1 el Grupo desarrolla medidas a lo largo de toda su cadena de valor orientadas a reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y a mejorar su impacto en el entorno en el que opera, contribuyendo a generar una industria audiovisual más sostenible.

A continuación, se presentan las principales emisiones de gases de efecto invernadero, directas e indirectas, emitidas en las operaciones propias y a lo largo de la cadena de valor de Atresmedia, incluyendo las emisiones de alcance 1 y 2 y todas las categorías del alcance 3 que son relevantes para el Grupo.

Emisiones GEI (en tCO₂ eq)

Emisiones de GEI (tCO ₂ eq)	2024	2025	Variación anual (%)
Emisiones de alcance 1	1.781,15	1.772,04	-0,51%
Emisiones de GEI alcance 2 (mercado)	513,98	292,825	-43,03%
Emisiones alcance 1+2⁶¹	2.295,13	2.064,87	-10,03%
Emisiones de alcance 3	179.754,31	114.822,03	-36,12%
1. Bienes y servicios comprados	92.246,86	71.094,43	-22,93%
2. Bienes de capital	6.107,35	4.380,15	-28,28%
3. Actividades relacionadas con la energía	342,72	462,62	34,98%
4. Transporte y distribución en fases anteriores	2.023,11	2,72	-99,87%
5. Residuos generados en las operaciones	221,89	220,3	-0,72%
6. Viajes de negocios	2.877,20	2.337,99	-18,75%
7. Desplazamiento de los empleados	4.065,83	4.048,59	-0,42%
8. Activos arrendados en fases anteriores	2.853,78	1.679,81	-41,14%
11. Utilización de los productos vendidos	19.330,16	18.557,61	-4,00%
15. Inversiones	49.685,40	12.038,04	-75,77%

Las medidas de colaboración con sus proveedores puestas en marcha durante 2025 junto con los trabajos realizados por el Grupo Atresmedia en los últimos años para mejorar el cálculo de sus emisiones de alcance 3, que ha derivado en una reducción significativa de las emisiones en algunas categorías (por ejemplo, la 15) y ha permitido al Grupo identificar con mayor precisión en 2025 las emisiones de gases de efecto invernadero procedentes de su cadena de valor. La diferencia con el dato de emisiones de alcance 3 reportada en el apartado E-1 del presente capítulo es que en estas se incluyen las emisiones de la categoría 11, no reportadas en la tabla emisiones brutas del E1 porque no forman parte de la estrategia de descarbonización

Información sobre la sociedad

Canales de comunicación

Como se ha mencionado a lo largo del Informe, el Grupo cuenta con diferentes canales para atender a los intereses y opiniones de la sociedad. A continuación, se ofrece información adicional sobre la cantidad y tipología de las comunicaciones gestionadas a través de alguno de ellos.

⁶¹ Los datos de huella de carbono de alcance 1 y alcance 2 difieren de los publicados en el informe de 2024 debido a que han sido recalculados tras la publicación de los factores de emisión actualizados en 2025. Por su parte, Los datos de huella de carbono de alcance 1 y alcance 2 correspondiente a 2025 han sido calculados con los factores de emisión más actualizados publicados a fecha de elaboración del informe (2024)

Atresplayer (casos atendidos)

Atresplayer, como se ha mencionado y detallado en el presente informe, cuenta con un servicio de atención al cliente en el que en 2025 se han recibido y gestionado las siguientes consultas según su tipología:

Tipología de casos	2024	2025	Variación anual (%)
N.º de consultas atendidas	101.856	100.013	-2%
Información, sugerencias	18%	15%	-17%
Quejas	6%	8%	33%
Incidencia técnica	9%	8%	-11%
Incidencia pago	3%	5%	67%
Incidencias directo	1%	1%	0%
Cancelación suscripción	14%	15%	7%
Ayuda técnica, pago y acceso	41%	39%	-5%
Código descuento	3%	4%	33%
Otros y no procedentes	5%	5%	0%

Canal de consultas y denuncias

A continuación, se detalla el número de comunicaciones recibidas a través del Canal de Consultas y Denuncias del Grupo clasificadas por tipología:

	2024	2025	Variación anual (%)
Consultas	0	0	N/A
Denuncias	9	15	66,6%

Buzón de correo electrónico de sostenibilidad

El área de sostenibilidad se encarga de la gestión de este buzón y remite al área correspondiente las comunicaciones recibidas para su tramitación. El 2025 las comunicaciones recibidas a través de este buzón según su tipología han sido las siguientes:

	2024	2025	Variación anual (%)
Comunicaciones ⁶²	92	132	43%
Cuestiones de sostenibilidad	41,3%	18,2%	-56%
Cuestiones sobre RRHH	19,6%	12,9%	-34%
Solicitud de información	17,4%	15,2%	-13%
Quejas sobre contenidos	12,0%	39,4%	229%
Incidencias	8,7%	11,4%	31%
Sugerencias	1,1%	1,5%	39%
Quejas de publicidad	0,0%	1,5%	-

⁶² El dato de 2024 se ha corregido debido a una errata.

Acciones de asociación y patrocinio

Como se detalla a lo largo del capítulo S4, Atresmedia como parte de su compromiso con la sociedad y con el desarrollo sostenible desarrolla iniciativas en colaboración con otras empresas y entidades orientadas a mejorar su impacto positivo en la sociedad y a sensibilizar sobre la importancia de atender a diferentes cuestiones sociales y ambientales. Estas actuaciones se encuentran detalladas a lo largo del presente informe, y entre ellas se incluyen:

- Las iniciativas corporativas de responsabilidad social (Ponle Freno, Constantes y Vitales, Luz Verde, Crea Cultura, Hablando en Plata o Tolerancia Cero), detalladas en el apartado S4-4 del presente informe
- La difusión de campañas gratuitas para ONG o del Comité de Emergencia, también recogidas en el capítulo S4
- Las acciones de voluntariado corporativo, detalladas en el apartado S1
- La colaboración y participación en las actividades del Pacto Mundial, Forética, el Responsible Media Forum o el Observatorio de Medios de Comunicación, detalladas, principalmente en el capítulo G1.

Relación con proveedores

Tal y como se ha detallado en el apartado G1-2 Gestión de la relación con los proveedores del presente informe el Grupo Atresmedia que la buena relación con sus proveedores es un asunto esencial de la cultura corporativa. Por ello, cuenta con políticas y guías orientativas para la gestión de las relaciones con los diferentes tipos de proveedores con los que se relaciona. Del mismo modo incluye cláusulas de sostenibilidad y responsabilidad social en sus contratos con proveedores de bienes, servicios y contenidos. Además, el Grupo cuenta con un proceso de Homologación de proveedores de bienes y servicios, que facilita las labores de supervisión y adjudicación de proyectos, gracias al cual se supervisan cuestiones relacionadas con la protección de datos personales, la seguridad y salud y se solicita información adicional sobre las políticas de responsabilidad social de los proveedores.

Estas medidas contribuyen, además, a velar por el respeto de los trabajadores de la cadena de valor del Grupo Atresmedia, tal y como se detalla en el apartado S2-4 del presente informe.

6. Anexo II Principales Magnitudes

Sociales			2024	2025	Variación (%)
Relativas al personal propio de Atresmedia	Características de los asalariados	Número total de asalariados (N.º)	2.666	2.643	-0,86%
		Porcentaje de asalariados con discapacidad (%)	2,2%	2,12%	-2,6%
		Porcentaje de mujeres asalariadas (%)	52,5%	52,3%	-0,3%
		Porcentaje de mujeres en la Alta Dirección (%)	21,4%	21,43%	0
		Brecha salarial (%)	24%	30,33%	26,18%
		Ratio entre la persona mejor pagada y la mediana de la plantilla (N.º veces)	42	55,43	24%
		Número de mujeres contratadas (N.º)	189	219	15,87%
		Número de contrataciones (N.º)	429	376	-12,4%
	Programas de diversidad, equidad e inclusión	N.º de becas Capaz para personas con discapacidad (N.º)	50	54	8%
		Horas de voluntariado donadas a la comunidad (h)	2.497	2.451	-1,84%
		Número de empleados voluntarios (N.º)	444	524	18,02%
	Condiciones laborales y protección y diálogo social	Porcentaje de asalariados cubiertos por protección social (%)	80-100%	80-100%	N/A
		Porcentaje de asalariados cubiertos por diálogo social (%)	60-79%	60-79%	N/A
		Porcentaje de asalariados con contrato indefinido (%)	90,9%	91,7%	0,9%
		Tasa de rotación voluntaria (%)	-	9,85%	N/A
		Tasa de rotación de los asalariados (%)	6,98%	12,37%	77,2%
	Formación	Horas de formación (h)	31.253	21.073	-32,6%
		Inversión en formación (€)	504.580	575.872	14,1%
		Horas medias de formación convocadas al año por empleado (h)	24	23,6	-1,7%
		Inversión media en formación por empleado (€)	189	229	21,2%
	Salud y Seguridad	Tasa de absentismo	5,07	5,82	14,8%
		Porcentaje de asalariados cubiertos por el sistema de gestión de la salud y la seguridad (%)	100%	100%	0%
	Derechos humanos y laborales	Número de casos de discriminación incluido el acoso	0	0	0%
		Número de reclamaciones presentadas en el canal de denuncias por el personal	5	3	-40%
		Número de casos grave de derechos humanos	0	0	0%
Relativas a la audiencia y a los anunciantes (consumidores y usuarios) de Atresmedia	Protección audiencia y anunciantes	Solicitudes de copy advice a AUTOCONTROL (N.º)	1.978	1.834	-7%
		Sanciones económicas por incumplimientos de normativa o códigos de autorregulación (€)	450.973€	525.469€	16,5%
	Accesibilidad	Porcentaje de contenido televisivo subtulado (%)	93,9%	93,0%	-0,9%
		Media semana de horas de contenido audiodescrito en televisión (horas)	10,45	17,02	62,9%
		Media semana de horas de contenido signado en televisión (horas)	9,03	15,55	72,2%
		Horas de contenido subtulado en atresplayer	28.269	33.330	17,9%
		Horas de contenido audiodescrito en atresplayer	444,00	1.115,00	151,1%
		Horas de contenido signado en atresplayer	18,00	18,00	0,0%
		Horas de contenido publicitario subtulado	909	1.294	42,4%
		Horas de contenido publicitario audiodescrito	163	337	106,7%
		Horas de contenido publicitario signado	259	636	145,6%
	Campañas gratuitas para ONG	Número de campañas gratuitas emitidas para ONG (N.º)	40	33	-17,5%
		Valor económico de las campañas emitidas para ONG (M€)	22,9	22,2	-3,1%
		ONG beneficiadas (N.º)	30	30	0,0%

Ambientales			2024	2025	Variación (%)
Relativas al desempeño ambiental de Atresmedia	Huella de carbono	Emisiones de Alcance 1 (t.CO ₂ -eq)	1.781,2	1.772,04	-0,51%
		Emisiones de alcance 2 (mercado) (t.CO ₂ -eq)	513,98	292,82	-43,03%
		Emisiones de alcance 1+2 combinadas (t.CO ₂ -eq)	2.295,1	2.064,86	-10,0%
		Emisiones de alcance 3 (t. CO ₂ -eq) ⁶³	160.424,1	96.264,65	-40,0%
		Emisiones de la Categoría 11, alcance 3	19.330,16	18.557,61	-4%
		Emisiones de alcance 2 (localización) (t. CO ₂ -eq)	7.270,2	7.789,2	7,1%
		Intensidad de las emisiones (basada en el mercado)	0,159	0,0981	-38,3%
		Intensidad de las emisiones (basada en la localización)	0,166	0,103	-38,0%
		N.º proveedores que proporcionan la huella de carbono	N/A	19	N/A
	Estrategia Cero Neto	Grado de cumplimiento objetivo Cero Neto alcance 1+2 (%) sobre el año base 2019	-78,8%	-81,0%	2,7%
		Grado de cumplimiento objetivo Cero Neto alcance 3 (%) sobre el año base 2019	22,3%	-26,2%	-217,5%
		Compensación de emisiones de Co2 (t. CO ₂ -eq)	165	322,78	95,6%
	Energía	Consumo total de electricidad (MWh)	27.962,2	27.523,6	-1,6%
		Porcentaje de electricidad renovable (%)	93,5%	9621,0%	10189,8%
		Consumo total de energía (MWh)	33.742,1	33.187,0	-1,6%
		Porcentaje energía procedente de fuentes fósiles (%)	18,2%	18,6%	2,1%
		Porcentaje de energía renovable (%)	80,7%	80,8%	0,1%
	Residuos y materiales	Residuos peligrosos destinados a eliminación (t.)	0	0,08	0,08%
		Residuos peligrosos no destinados a eliminación (t.)	7,9	14,27	80,6%
		Residuos no peligrosos destinados a eliminación (t.)	195,3	320,48	64,1%
		Residuos no peligrosos no destinados a eliminación (t.)	209,1	170,2	-18,6%
		Consumo total de agua (m3)	43.467,7	43.371,0	-0,2%
	Calificación CDP	Calificación en CDP	B	A-	N/A

Gobernanza			2024	2025	Variación (%)
Relativas a la conducta empresarial de Atresmedia	Órganos de administración	Cumplimiento de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno (N.º)	58	59	1,7%
		Porcentaje de mujeres en el consejo de administración (%)	33,3%	42,8%	28,5%
		Porcentaje de consejeros independientes (%)	33,3%	42,8%	28,5%
	Influencia política	Valor de las contribuciones políticas monetarias o en especie (€)	0	0	0,0%
	Relación y pago a proveedores	Periodo medio de pago a proveedores (N.º días)	40	46	15%
		Porcentaje de facturas pagadas en plazo (%)	82,4%	77,23%	-6,09%
		Procedimientos judiciales por demora en pago a proveedores	0	0	-
	Conducta empresarial	Porcentaje de cargos expuestos a corrupción convocados a la formación en el Modelo de Cumplimiento y que han firmado la Declaración de Cumplimiento y Conflicto de Interés (%)	100%	100%	0,0%
		Porcentaje de asalariados convocados a formación en el Modelo de Cumplimiento (%) ⁶⁴	100%	94.82%	-5,8%
	Datos económicos	Ingresos totales (millones de €)	1.018	1.002	-1,6%

⁶³ Las emisiones de alcance 3 de la categoría 11 se reportan separadas porque no forman parte de la estrategia Cero Neto del Grupo

⁶⁴ Los empleados de las sociedades adquiridas en 2025 recibirán la correspondiente formación sobre el Modelo de Cumplimiento en 2025

7. Anexo III Índice Contenidos Ley 11/2018 y NEIS

ÁMBITOS	Contenidos	Marco de reporte asociado	Apartado donde se informa	Página
Modelo de negocio	Breve descripción del modelo de negocio del grupo, que incluirá: 1.) su entorno empresarial, 2.) su organización y estructura, 3.) los mercados en los que opera, 4.) sus objetivos y estrategias, 5.) los principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución.	NEIS 2 NEIS E1-2; E1-4 NEIS S1-1; S1-5 NEIS S2-1; S2-5 NEIS S4-1; S4-5 NEIS G1-1	NEIS 2 Información General NEIS E1 Cambio Climático NEIS S1 Personal Propio NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor NEIS S4 Consumidores y Usuarios Finales NEIS G1 Conducta Empresarial	5 – 48 59 – 60; 67 – 71 93 – 96; 108 – 109 118 – 119; 123 129 – 132; 154 – 156 160 – 167
Políticas	Una descripción de las políticas que aplica el grupo incluyendo: 1.) los procedimientos de diligencia debida aplicados para la identificación, evaluación, prevención y atenuación de riesgos e impactos significativos 2.) los procedimientos de verificación y control, incluyendo qué medidas se han adoptado.	NEIS 2 NEIS E1-2 NEIS S1-1 NEIS S2-1 NEIS S4-1 NEIS G1-1	NEIS 2 Información General NEIS E1 Cambio Climático NEIS S1 Personal Propio NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor NEIS S4 Consumidores y Usuarios Finales NEIS G1 Conducta Empresarial	5 – 48 59 – 60 93 – 96 118 – 119 129 – 132 160 – 167
Resultados de las políticas KPIs	Los resultados de esas políticas, incluyendo indicadores clave de resultados no financieros pertinentes que permitan: 1) el seguimiento y evaluación de los progresos y 2) que favorezcan la comparabilidad entre sociedades y sectores, de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia utilizados para cada materia.	NEIS 2 NEIS E1-2 NEIS S1-1 NEIS S2-1 NEIS S4-1 NEIS G1-1	NEIS 2 Información General NEIS E1 Cambio Climático NEIS S1 Personal Propio NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor NEIS S4 Consumidores y Usuarios Finales NEIS G1 Conducta Empresarial	5 – 48 59 – 60 93 – 96 118 – 119 129 – 132 160 – 167
Riesgos a corto, medio y largo plazo	Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones vinculados a las actividades del grupo, entre ellas, cuando sea pertinente y proporcionado, sus relaciones comerciales, productos o servicios que puedan tener efectos negativos en esos ámbitos, y * cómo el grupo gestiona dichos riesgos, * explicando los procedimientos utilizados para detectarlos y evaluarlos de acuerdo con los marcos nacionales, europeos o internacionales de referencia para cada materia. * impactos detectados desglosados, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	NEIS 2 GOV 5 NEIS 2 SBM-3 NEIS 2 IRO-1	NEIS 2 Información General	15 – 16 27 – 30 31 – 35
KPI	Indicadores no financieros relevantes para la actividad, comparables, materiales, fiables y coherentes con la gestión interna de riesgos, aplicados a todos los apartados del informe y	-	Se informan a lo largo del Informe	Se informan a lo largo del Informe

	elaborados conforme a estándares reconocidos, garantizando información precisa, verificable y comparable en el tiempo.			
Cuestiones ambientales	Global Medio Ambiente			
	1.) Información detallada sobre los efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad, los procedimientos de evaluación o certificación ambiental; 2.) Los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales; 3.) La aplicación del principio de precaución, la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales. (Ej. derivados de la ley de responsabilidad ambiental)	NEIS 2 GOV 5 NEIS 2 IRO-1 NEIS 2 SBM-3 NEIS E1-1 NEIS E1-2 NEIS E1-3	NEIS 2 Información General NEIS E1 Cambio Climático	15 – 16 31 – 35 27 – 30 48 – 51 59 – 60 60 – 67
	Contaminación			
	Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente	NEIS E2-2	No material	-
	Medidas para prevenir, reducir o reparar otras formas de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.	NEIS E2-2	No material	-
Cuestiones ambientales	Economía circular y prevención y gestión de residuos			
	Economía circular	NEIS E5-2	No material	-
	Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;	NEIS E5-2	No material	-
	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	GRI 3-3	No material	-
	Uso sostenible de los recursos			
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	NEIS E3-4	No material	-
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;	NEIS E5-4	No material	-
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	NEIS E1-3 NEIS E1-5	NEIS E1 Cambio Climático	60 – 67 71
	Cambio Climático			
	Los elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce;	NEIS E1-4 NEIS E1-6	NEIS E1 Cambio Climático	67 – 71 71 – 73

	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático;	NEIS E1-3	NEIS E1 Cambio Climático	60 – 67
	Las metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	NEIS E1-4	NEIS E1 Cambio Climático	67 – 71
	Protección de la biodiversidad			
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	NEIS E4-3	No material	-
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	NEIS 2 - SBM-3	No material	-
Cuestiones sociales y relativas al personal	Empleo			
	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional;	NEIS S1-6	NEIS S1 Personal Propio	109 – 110
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	NEIS S1-6	NEIS S1 Personal Propio	109 – 110
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	NEIS S1-6	NEIS S1 Personal Propio	109 – 110
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	NEIS S1-6	NEIS S1 Personal Propio	109 – 110
Cuestiones sociales y relativas al personal	Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor; brecha salarial, la remuneración de puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad,	NEIS S1-16	NEIS S1 Personal Propio	113
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo,	NEIS S1-16	NEIS S1 Personal Propio	113
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	NEIS S1-1	NEIS S1 Personal Propio	93 – 96
	Empleados con discapacidad.	NEIS S1-12	NEIS S1 Personal Propio	111
	Organización del trabajo			
	Organización del tiempo de trabajo	NEIS S1-1	NEIS S1 Personal Propio	93 – 96
	Número de horas de absentismo	GRI 403-9	Anexo I Contenidos Ley 11/2018	177
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	NEIS S1-15	NEIS S1 Personal Propio	113

	Salud y seguridad			
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	NEIS S1-11	NEIS S1 Personal Propio	111
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	NEIS S1-14	NEIS S1 Personal Propio	112 – 113
	Relaciones sociales			
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	NEIS S1-2	NEIS S1 Personal Propio	96 – 98
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	NEIS S1-8	NEIS S1 Personal Propio	110
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	NEIS S1-1	NEIS S1 Personal Propio	93 – 96
	Mecanismos y procedimientos con los que cuenta la empresa para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación.	NEIS S1-2	NEIS S1 Personal Propio	96 – 98
	Formación			
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	NEIS S1-2	NEIS S1 Personal Propio	96 – 98
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	NEIS S1-13	NEIS S1 Personal Propio	112
Cuestiones sociales y relativas al personal	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad			
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	NEIS S1-12	NEIS S1 Personal Propio	111
	Igualdad			
	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;	NEIS S1-4 NEIS S1-9	NEIS S1 Personal Propio	99 – 107 111
	Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo, la integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad;	NEIS S1-1 NEIS S1-4 NEIS S1-9 NEIS S1-12	NEIS S1 Personal Propio	93 – 96 99 – 107 111 111
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	NEIS S1-1	NEIS S1 Personal Propio	93 – 96
Derechos humanos	Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de Derechos Humanos Prevención de los riesgos de vulneración de Derechos Humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos;	NEIS 2 GOV 4 NEIS S1-4 NEIS S2-4 NEIS S4-4	NEIS 2 Información General NEIS S1 Personal Propio NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor NEIS S4 Consumidores y Usuarios Finales	14 – 15 99 – 107 121 – 123 137 – 153
	Denuncias por casos de vulneración de Derechos Humanos;	NEIS S1-17	NEIS S1 Personal Propio	114

	Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva;	NEIS S1-1 NEIS S2-1	NEIS S1 Personal Propio NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor	93 – 96 118 – 119
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación;			
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio;			
	La abolición efectiva del trabajo infantil.			
Corrupción y el soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno;	NEIS G1-3	NEIS G1 Conducta empresarial	170 – 171 171 – 172
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales,			
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	NEIS G1-5		
Sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible			
	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local;	NEIS 2 SBM 3	NEIS 2 Información General	27 – 30
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio;			
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	Criterio de la sociedad	NEIS S4 Consumidores y usuarios finales	124 – 156
	Las acciones de asociación o patrocinio.	Criterio de la sociedad	Anexo I Contenidos Ley 11/2018	182 – 183
	Subcontratación y proveedores			
	La inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales; Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental;	NEIS S2-1 NEIS S2-2 NEIS S2-3 NEIS S2-4 NEIS G1-2	NEIS S2 Trabajadores de la Cadena de Valor NEIS G1 Conducta empresarial	118 – 119 120 120 – 121 121 – 123 168 – 170
	Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de estas.			
	Consumidores			
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	NEIS S4-1 NEIS S4-4	NEIS S4 Consumidores y Usuarios Finales	129 – 132 137 – 153
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de estas.	NEIS S4-3 NEIS S4-5	NEIS S4 Consumidores y Usuarios Finales	135 – 137 154 – 156
	Información fiscal			
	Beneficios obtenidos país por país Impuestos sobre beneficios pagados	GRI 207	Anexo I Contenidos Ley 11/2018	179 – 180

	Subvenciones públicas recibidas	GRI 207	Anexo I Contenidos Ley 11/2018	179 – 180
Otros contenidos	Elegibilidad y Alineamiento de las actividades del negocio con la Taxonomía Europea	Metodología propia basada en el cumplimiento del Reglamento EU 2020/852 NEIS E1	Taxonomía de la Unión Europea	75 – 88



Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. y sociedades dependientes

**Informe de Verificación limitada emitido por
un verificador sobre el Estado de Información
no Financiera (EINF) Consolidado e
Información sobre Sostenibilidad**

31 de diciembre de 2025



KPMG Auditores, S.L.
Paseo de la Castellana, 259C
28046 Madrid

Informe de Verificación limitada emitido por un verificador sobre el Estado de Información no Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. y sociedades dependientes del ejercicio 2025

A los accionistas de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A.

Conclusión de verificación limitada

De acuerdo con el artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación limitada del Estado de Información No Financiera Consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2025 de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. (en adelante la entidad) y sociedades dependientes (en adelante el Grupo) que forma parte del informe de gestión consolidado del Grupo.

El contenido del EINF incluye información adicional a la requerida por la normativa mercantil vigente en materia de información no financiera, en concreto incluye la Información sobre Sostenibilidad preparada por el Grupo correspondiente al ejercicio anual terminado el 31 de diciembre de 2025 (en adelante, la información sobre sostenibilidad) siguiendo lo establecido en la Directiva (UE) 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de diciembre de 2022, sobre Información Corporativa en Materia de Sostenibilidad (CSRD, por sus siglas en inglés). Dicha información sobre sostenibilidad también ha sido objeto de verificación limitada.

Basándonos en los procedimientos realizados y en las evidencias que hemos obtenido, no ha llegado a nuestro conocimiento ninguna cuestión que nos lleve a pensar que:

- a) el Estado de Información no Financiera del Grupo correspondiente al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2025 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios seleccionados de las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad (NEIS o ESRS, por sus siglas en inglés), así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en la tabla “7. Anexo III Índice Contenidos Ley 11/2018 y NEIS” del citado Estado;
- b) la información sobre sostenibilidad en su conjunto no ha sido preparada, en todos los aspectos significativos, de conformidad con el marco de información sobre sostenibilidad aplicado por el Grupo y que se identifica en la nota “1. NEIS 2 Información general” adjunta, incluyendo:
 - Que la descripción proporcionada del proceso para identificar la información sobre sostenibilidad incluida en la nota “IRO-1: Descripción del proceso para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa” es coherente con el proceso implantado y que permite identificar la información material a ser revelada según las prescripciones de las NEIS.
 - El cumplimiento de las NEIS.

- El cumplimiento de los requisitos de divulgación, incluidos en la subsección “2.2. Taxonomía de la Unión Europea” de la sección sobre medio ambiente de la información sobre sostenibilidad con lo establecido en el artículo 8 del Reglamento (UE) 2020/852, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles.

Fundamento de la conclusión

Hemos realizado nuestro encargo de verificación limitada de conformidad con las normas profesionales de general aceptación aplicables en España y específicamente con las pautas de actuación contenidas en las Guías de Actuación 47 Revisada y 56 Revisada emitidas por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España sobre encargos de verificación de información no financiera y considerando el contenido de la nota publicada por el ICAC en fecha 18 de diciembre de 2024 (en adelante, normas profesionales de general aceptación).

La extensión de los procedimientos aplicados en un encargo de verificación limitada es menor en comparación con los que se requieren en un encargo de verificación razonable. En consecuencia, el grado de seguridad que se obtiene en un encargo de verificación limitada es menor que el grado de seguridad que se hubiera obtenido si se hubiera realizado un encargo de seguridad razonable.

Nuestras responsabilidades de acuerdo con dicha normativa se describen con más detalle en la sección *Responsabilidades del verificador* de nuestro informe.

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

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

Consideramos que la evidencia que hemos obtenido es suficiente y adecuada para proporcionar una base sobre la que sustentar nuestra conclusión.

Párrafo de énfasis

Llamamos la atención respecto de lo señalado en el apartado “1. NEIS 2 Información general” adjunto, en donde se menciona que el Estado de Información No Financiera Consolidado e Información sobre Sostenibilidad se presenta como un documento separado del Informe de Gestión consolidado, del cual forma parte, por ser esta una de las opciones contempladas en la Ley 11/2018 en materia de información no financiera. Nuestra conclusión no ha sido modificada en relación con esta cuestión.

Responsabilidades de los administradores

La formulación del EINF incluido en el informe de gestión consolidado del Grupo, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Administradores de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. El EINF se ha preparado de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de las NEIS seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo con lo mencionado para cada materia en la tabla “7. Anexo III Índice Contenidos Ley 11/2018 y NEIS” del citado Estado.

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

Los administradores de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. son también responsables de definir, implantar, adaptar y mantener los sistemas de gestión de los que se obtiene la información necesaria para la preparación del EINF.

En relación con la información sobre sostenibilidad, los administradores de la entidad son responsables de desarrollar e implantar un proceso para identificar la información que se debe incluir en la información sobre sostenibilidad de conformidad con el contenido de la CSRD, de las NEIS y con lo establecido en el artículo 8 del Reglamento (UE) 2020/852, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020 y de divulgar información sobre este proceso en la propia información sobre sostenibilidad en la nota “IRO-1: Descripción del proceso para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa”. Dicha responsabilidad incluye:

- conocer el contexto en el que se desarrollan las actividades y relaciones de negocio del Grupo, así como sus grupos de interés, en relación con los impactos que tiene el Grupo sobre las personas y el medio ambiente;
- identificar los impactos reales y potenciales (tanto negativos como positivos), así como los riesgos y oportunidades que podrían afectar, o de los que razonablemente se podría esperar que afecten, a la situación financiera, los resultados financieros, los flujos de efectivo, el acceso a la financiación o el coste de capital del Grupo en el corto, medio o largo plazo;
- evaluar la materialidad de los impactos, riesgos y oportunidades identificados;
- realizar hipótesis y estimaciones que sean razonables en función de las circunstancias.

Los administradores son asimismo responsables de la preparación de la información sobre sostenibilidad, que incluya la información identificada por el proceso, de conformidad con el marco de información sobre sostenibilidad aplicado, incluyendo el cumplimiento de la CSRD, el cumplimiento de las NEIS y el cumplimiento de los requisitos de divulgación, incluidos en la subsección “2.2. Taxonomía de la Unión Europea” de la sección sobre medio ambiente de la información sobre sostenibilidad con el artículo 8 del Reglamento (UE) 2020/852, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de junio de 2020, relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles.

Esta responsabilidad incluye:

- Diseñar, implantar y mantener el control interno que los administradores consideren relevante para permitir la preparación de la información sobre sostenibilidad que esté libre de incorrecciones materiales, debidas a fraude o error.

- Seleccionar y aplicar métodos apropiados para la presentación de información sobre sostenibilidad y la realización de asunciones y estimaciones que sean razonables, considerando las circunstancias, sobre las divulgaciones específicas.

Limitaciones inherentes en la preparación de la información

De acuerdo con las NEIS, los administradores de la entidad están obligados a preparar información prospectiva sobre la base de asunciones e hipótesis, que han de incluirse en la información sobre sostenibilidad, acerca de hechos que pueden ocurrir en el futuro, así como posibles acciones futuras que, en su caso, podría tomar el Grupo. El resultado real puede diferir de forma significativa del estimado, ya que se refiere al futuro y los acontecimientos futuros frecuentemente no ocurren como se esperaba.

Para determinar las revelaciones de la información sobre sostenibilidad, los administradores de la entidad interpretan términos legales y de otro tipo que no se encuentran claramente definidos que pueden ser interpretados de forma diferente por otras personas, incluyendo la conformidad legal de dichas interpretaciones y, en consecuencia, están sujetas a incertidumbre.

Responsabilidades del verificador

Nuestros objetivos son planificar y realizar el encargo de verificación con el fin de obtener una seguridad limitada sobre si el EINF y la información sobre sostenibilidad están libres de incorrección material, ya sea debida a fraude o error, y emitir un informe de verificación limitada que contiene nuestras conclusiones al respecto. Las incorrecciones pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, puede preverse razonablemente que influirán en las decisiones que los usuarios toman basándose en esta información.

Como parte de un encargo de verificación limitada, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante todo el encargo. También:

- Diseñamos y aplicamos procedimientos para evaluar si el proceso para identificar la información que se incluye tanto en el EINF como en la información sobre sostenibilidad es congruente con la descripción del proceso seguido por el Grupo y permite, en su caso, identificar la información material a ser revelada según las prescripciones de las NEIS.
- Aplicamos procedimientos sobre el riesgo, incluido obtener un conocimiento de los controles internos relevantes para el encargo con el fin de identificar la información a revelar en la que es más probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error, pero no con la finalidad de proporcionar una conclusión acerca de la eficacia del control interno del Grupo.
- Diseñamos y aplicamos procedimientos que responden a las divulgaciones contenidas tanto en el EINF como en la información sobre sostenibilidad en las que es probable que surjan incorrecciones materiales. 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 intencionalmente erróneas o la elusión del control interno.

Resumen del trabajo realizado

Un encargo de verificación limitada incluye la realización de procedimientos para obtener evidencia que sirva de base para nuestras conclusiones. La naturaleza, momento de realización y extensión de los procedimientos seleccionados depende del juicio profesional, incluida la identificación de la información a revelar en que es probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error, en el EINF y en la información sobre sostenibilidad.

Nuestro trabajo ha consistido en indagaciones ante la dirección, así como a las diversas unidades y componentes del Grupo que han participado en la elaboración del EINF e información sobre sostenibilidad, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF e información sobre sostenibilidad y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo, que se describen a continuación:

En relación con el proceso de verificación del EINF:

- Reuniones con el personal del Grupo para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con esas cuestiones y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis del alcance, relevancia e integridad de los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2025 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en la nota “IRO-1: Descripción del proceso para determinar y evaluar las incidencias, los riesgos y las oportunidades de importancia relativa”, considerando contenidos requeridos en la normativa mercantil en vigor.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el EINF del ejercicio 2025.
- Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación con los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2025.
- Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2025 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

En relación con el proceso de verificación de la información sobre sostenibilidad:

- Realización de indagaciones ante el personal del Grupo:
 - para conocer el modelo de negocio, las políticas y los enfoques de gestión aplicados, los principales riesgos relacionados con estas cuestiones y obtener información necesaria para la revisión externa.
 - con el fin de conocer el origen de la información utilizada por la dirección (por ejemplo, la interacción con los grupos de interés, los planes de negocio y los documentos de estrategia); y la revisión de la documentación interna del Grupo sobre su proceso.
- Obtención, a través de indagaciones ante el personal del Grupo, del conocimiento de los procesos de la entidad de recopilación, validación y presentación de información relevantes para la elaboración de su información sobre sostenibilidad.

- Evaluación de la concordancia de la evidencia obtenida de nuestros procedimientos sobre el proceso implantado por el Grupo para la determinación de la información que debe incluirse en la información sobre sostenibilidad con la descripción del proceso incluida en dicha información, así como evaluación de si el citado proceso implantado por el Grupo permite identificar la información material a ser revelada según las prescripciones de las NEIS.
- Evaluación de si toda la información identificada en el proceso implantado por el Grupo para la determinación de la información que debe incluirse en la información sobre sostenibilidad está efectivamente incluida.
- Evaluación de la concordancia de la estructura y la presentación de la información sobre sostenibilidad con lo dispuesto en las NEIS y el resto del marco normativo de información sobre sostenibilidad aplicado por el Grupo.
- Realización de indagaciones al personal pertinente y procedimientos analíticos sobre información divulgada en la información sobre sostenibilidad considerando aquella en la que es probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error.
- Realización, en su caso, de procedimientos sustantivos por muestreo sobre información divulgada en la información sobre sostenibilidad seleccionada considerando aquella en la que es probable que surjan incorrecciones materiales, debido a fraude o error.
- Obtención, en su caso, de los informes emitidos por terceros independientes acreditados anexos al informe de gestión consolidado en respuesta a exigencias de la normativa europea y, en relación con la información a la que se refieren y de acuerdo con las normas profesionales de general aceptación, comprobación, exclusivamente, de la acreditación del verificador y de que el alcance del informe emitido se corresponde con el exigido por la normativa europea.
- Obtención, en su caso, de los documentos que contengan la información incorporada por referencia, los informes emitidos por auditores o verificadores sobre dichos documentos y, de acuerdo con normas profesionales de general aceptación, comprobación, exclusivamente, de que, en el documento al que se refiere la información incorporada por referencia, se cumplen las condiciones descritas en las NEIS para poder incorporar información por referencia en la información sobre sostenibilidad.
- Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección en relación con el EINF y la información sobre sostenibilidad.

Otra información

Los administradores de Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. son responsables de la otra información. La otra información comprende las cuentas anuales consolidadas y resto de la información incluida en el informe de gestión consolidado, pero no incluye ni el informe de auditoría de las cuentas anuales consolidadas ni los informes de verificación emitidos por terceros independientes acreditados exigidos por el derecho de la Unión Europea sobre divulgaciones concretas contenidas en la información sobre sostenibilidad y que figuran como anexo del informe de gestión consolidado.



Nuestro informe de verificación no cubre la otra información y no expresamos ningún tipo de conclusión de verificación sobre esta.

En relación con nuestro encargo de verificación de la información sobre sostenibilidad, nuestra responsabilidad consiste en leer la otra información identificada anteriormente y, de este modo, considerar si la otra información presenta incongruencias materiales con la información sobre sostenibilidad o con el conocimiento que hemos adquirido durante el encargo de verificación que pudieran ser indicativas de la existencia de incorrecciones materiales en la información sobre sostenibilidad.

KPMG Auditores, S.L.

Este informe se
corresponde con el
sello distintivo nº
01/26/04825
emitido por el
Instituto de
Censores Jurados
de Cuentas de
España