



ATRESMEDIA

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE
COMUNICACIÓN, S.A. Y SOCIEDADES
DEPENDIENTES**

Estado de Información No Financiera Consolidado
Ejercicio 2023

Índice

1. Carta del Presidente.....	4
2. Mensaje del Consejero Delegado.....	6
3. El año de un vistazo.....	9
4. Alcance del informe.....	11
5. Propósito, misión, visión y valores de Atresmedia.....	15
6. Quiénes somos.....	20
7. Gestión Sostenible.....	22
7.1 Gobierno Corporativo.....	22
7.2 Entorno de mercado.....	28
7.3 Modelo de negocio y estrategia.....	30
7.3.1 Líneas de actividad.....	38
7.4 Prevención, control e identificación de riesgos.....	56
7.4.1 Modelo de Gestión de Riesgos Corporativo.....	58
7.4.2 Riesgos materializados durante 2023.....	60
7.4.3 Ciberseguridad.....	61
7.4.4 Protección de datos.....	64
7.4.5 Calidad en la gestión.....	65
7.5 Cadena de suministro.....	66
7.6 Cumplimiento normativo.....	69
7.7 Cumplimiento fiscal.....	74
7.8 Relación con los inversores.....	76
7.9 Taxonomía de la Unión Europea.....	78
7.9.1 Antecedentes.....	78
7.9.2 Contexto normativo.....	78
7.9.3 Alcance de la Taxonomía.....	80
7.9.4 Metodología y resultados.....	84
8. El impacto de Atresmedia en la sociedad.....	90
8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia.....	91
8.1.1 Mecanismos de protección a la audiencia y anunciantes.....	92
8.2 Sobre la sociedad.....	101
8.2.1 Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	103
8.2.2 Compromiso con los asuntos que generan mayor preocupación social.....	107
8.2.3 Fundación Atresmedia.....	120
8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos.....	124
8.3 Sobre los empleados.....	127



8.3.1	Composición de la plantilla.....	128
8.3.2	Empleo estable y entorno laboral gratificante	132
8.3.3	Desarrollo profesional de los empleados.....	134
8.3.4	Atracción y retención del talento.....	137
8.3.5	Garantía de los Derechos Laborales.....	139
8.3.6	Fomento de la igualdad, la diversidad y la conciliación	140
8.3.7	Comunicación interna.....	142
8.3.8	Entorno de trabajo seguro y saludable	143
9.	El impacto de Atresmedia en el medioambiente	145
9.1	Gestión Ambiental.....	146
9.1.1	Lucha contra el Cambio Climático: hacia el Cero Neto.....	148
9.1.2	Gestión responsable de los recursos naturales.....	155
9.1.3	Gestión responsable de los residuos.....	157
9.2	Sensibilización ambiental.....	161
10.	Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad	163
11.	Índice GRI	169
12.	Resumen cifras histórico.....	172
13.	Cuadro de mando no financiero	173
14.	Contribución a las metas de los ODS	175
ANEXO I.	Taxonomía Europea.....	177
ANEXO II.	Metodología de cálculo del alcance 3	182
15.	Revisión externa independiente	186

1. Carta del Presidente

Un año más me dirijo a vosotros, nuestros accionistas, anunciantes, audiencia, colaboradores, y proveedores, entre otros, para hacer balance de este ejercicio y compartir nuestras reflexiones sobre el 2023, un año en el que hemos seguido acompañando a los españoles como grupo líder de comunicación y en el que hemos sido fieles a nuestro propósito corporativo de generar reflexión y emoción como elementos clave para propiciar la transformación social.

La incertidumbre ha seguido dominando el contexto global en 2023 y a ello ha contribuido la proliferación de nuevos conflictos bélicos, multitud de protestas sociales, o la rápida expansión de la Inteligencia Artificial en todos los sectores, incluidos los medios de comunicación. En ese sentido, somos conscientes de los beneficios y desafíos que conlleva esta disrupción tecnológica para nuestra industria, y por ello en Atresmedia nos hemos dotado de una política que garantiza su uso ético y que pone en el centro el insustituible talento de nuestros profesionales. A todos estos desafíos se añaden, además, las constantes transformaciones de nuestro sector, derivadas de los cambios en los hábitos de consumo de nuestros espectadores y oyentes.

Sin embargo, nuestra estrategia, que ha sido revisada en 2023 con el fin de acomodar nuestros objetivos y proyectos a la evolución del mercado, nuestra vocación de ser un altavoz que refleje la sociedad en la que vivimos y la resiliencia de los profesionales y colaboradores que componen Atresmedia, nos ha permitido afrontar con éxito estas transformaciones y posicionarnos, un año más, como el grupo de comunicación líder, el más confiable y el de preferencia por los españoles.

La audiencia y la industria respaldan decididamente nuestro modelo de negocio, basado en la calidad, la innovación, el respeto y el compromiso. Y apoyan nuestra apuesta por la diversidad de nuestros contenidos sustentados en formatos de entretenimiento de éxito, acontecimientos televisivos de gran envergadura y ofertas informativas plurales y rigurosas.

En relación con nuestro negocio audiovisual, Atresmedia Televisión aumenta su dominio en las audiencias de televisión en España, y amplía, por 2º año consecutivo, su sólido y robusto liderazgo. Hemos, alcanzando unos resultados históricos en todas nuestras cadenas, obteniendo como Grupo el 26,8% de cuota de pantalla. A su vez, el 2023 ha sido el año de la revolución de atresplayer, que se ha convertido en la plataforma OTT líder española, con más de 4,5 millones de usuarios únicos al mes, encabezando el consumo en internet y acaparando los premios más relevantes del sector.

Nuestra vocación de informar con rigor sigue manteniéndose firme. El hito alcanzado por Antena 3 Noticias, que encadena su mayor racha histórica de seis años consecutivos como informativo líder, o la fuerza informativa de laSexta Noticias, que se sitúa entre los programas más seguidos diariamente de la cadena, así lo evidencian. Quiero destacar además la organización de *Cara a Cara. El Debate*, el único celebrado entre los dos principales candidatos a la presidencia del Gobierno, Pedro Sánchez y Alberto Núñez Feijóo, que fue visto por el 46,5% de la audiencia y se convirtió en la emisión no deportiva más vista del año. Por todo ello, nos enorgullece que Atresmedia Televisión repita como el referente informativo en España y líder entre sus competidores en credibilidad y confianza, según el prestigioso Informe *Digital News Report 2023* de *Reuters Institute* y la Universidad de Oxford.

Atresmedia Radio sigue a la vanguardia del contenido de audio, continuando su apuesta por atributos como la credibilidad, la pluralidad y la cercanía, y logra resultados muy positivos, que reflejan el buen desempeño de esta línea de actividad. Así, Onda Cero ha registrado su mejor final de año desde 2016, alcanzando casi los dos millones de oyentes en 2023, y tanto Europa FM como Melodía FM han seguido atrayendo oyentes con su mensaje positivo y optimista.

Los logros obtenidos por nuestro negocio audiovisual y radio se suman a los de nuestras líneas de publicidad y diversificación. La innovación, la diferenciación y la integración de la publicidad en los contenidos han sido elementos clave de la estrategia de Atresmedia Publicidad en 2023. Entre sus principales novedades destacan el lanzamiento de una nueva política comercial, o el lanzamiento de una herramienta de segmentación para televisión. Estos y otros muchos avances, junto con el entorno seguro que garantizamos para nuestros anunciantes, hacen que las marcas y las agencias



nos sigan eligiendo su espacio publicitario de preferencia. Nos sentimos, además, orgullosos de nuestra labor con Atresmedia Diversificación, destacando hitos como los nuevos acuerdos alcanzados con operadores de televisión de pago y con grandes plataformas de *streaming* que nos han permitido seguir llevando los contenidos de atresplayer al panorama internacional.

Pero además de en la necesaria rentabilidad de nuestro negocio, creemos firmemente en nuestra responsabilidad como medio de comunicación ante la sociedad y el rol que ejercemos con cada uno de nuestros grupos de interés. En este sentido, la sostenibilidad siempre ha formado parte de nuestra cultura empresarial y nos preocupamos por hacerla extensiva a todas nuestras actividades. Por ello, alineamos nuestro trabajo con los Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por todo ello, y como he puesto de manifiesto en ejercicios previos, quiero destacar la labor y el desarrollo continuo de las iniciativas sociales que lidera la Fundación Atresmedia, que en 2023 ha consolidado y ampliado el alcance de sus proyectos Efecto MIL, Mentas AMI y Amibox, dirigidos a impulsar la alfabetización mediática, informacional y digital entre los niños, los jóvenes y la comunidad docente, y promover un entorno mediático seguro y responsable. A su vez, somos conscientes del impacto que nuestra compañía tiene a través de sus acciones sociales, tanto en nuestros empleados como en toda la sociedad, y por ese motivo seguimos apostando por iniciativas que han demostrado una labor social positiva, como Ponle Freno, Constantes y Vitales, Tolerancia Cero, Crea Cultura o Levanta la Cabeza; así como por nuestro Programa de Voluntariado Corporativo ya consolidado, a través del cual nuestros empleados han podido seguir conociendo y contribuyendo a diferentes causas sociales.

A pesar de que nuestra actividad audiovisual no tiene un impacto significativo en el medio ambiente, estamos firmemente comprometidos con nuestro entorno y con la lucha contra el cambio climático, que constituye una amenaza cada vez mayor del desarrollo global y cuyos efectos ya estamos percibiendo. En ese sentido, durante 2023 hemos validado y verificado nuestra estrategia Cero Neto por parte de la prestigiosa iniciativa SBTi (*Science Based Targets*), reducido nuestra huella de carbono y empezado a trabajar en el impulso de producciones audiovisuales más sostenibles. A su vez, y en nuestro rol de altavoces por la mejora del clima, nos comprometemos con la emisión de contenido responsable, lo que supone un impacto positivo en las actitudes, los comportamientos y la opinión pública en torno al medio ambiente. Gracias a todo ello, hemos logrado el reconocimiento de nuestra labor por parte de *Carbon Disclosure Project*, alcanzando la puntuación más alta (A-) en los últimos.

Para finalizar, quiero transmitir mi reconocimiento y agradecimiento más sincero a nuestros accionistas, audiencia, colaboradores, anunciantes y proveedores. Sin vosotros, Atresmedia no sería el referente audiovisual y, sobre todo, social que es hoy en día. Me enorgullece que caminemos juntos hacia una sociedad que exige calidad, rigor, cercanía y confianza en los medios de comunicación, y andar ese camino juntos es nuestro compromiso firme.

JOSÉ CREUHERAS

2. Mensaje del Consejero Delegado

Quiero iniciar este balance de 2023 compartiendo mi orgullo y gratitud por los incontestables logros que hemos alcanzado gracias al apoyo y la confianza de nuestros accionistas, así como del esfuerzo de los profesionales de Atresmedia. Siguiendo la tendencia de los últimos ejercicios, este año hemos obtenido unos resultados récord que nos sitúan de nuevo como referentes indiscutibles en todas nuestras áreas de actividad y que nos han vuelto a consolidar, por segundo año consecutivo, como el grupo de comunicación líder en audiencias en España.

A su vez, hemos mantenido y reforzado nuestro firme compromiso con los espectadores, oyentes, usuarios y anunciantes, demostrando día a día nuestra capacidad para ofrecer contenido de calidad, generando valor, tanto económico como social, y contribuyendo con ello a lograr un mayor bienestar para la sociedad española en su conjunto.

Sin lugar a duda, estamos viviendo una época de transformación empresarial cada vez más acelerada, marcada por crisis financieras, cambios geopolíticos, disrupciones tecnológicas y desastres climáticos, entre otros. Como empresa líder, tenemos la responsabilidad de afrontar estos desafíos y ofrecer soluciones efectivas. Por ello, en 2023 hemos revisado las principales prioridades estratégicas de Atresmedia que se centrarán en los próximos años en maximizar el valor de nuestros negocios tradicionales, potenciar los negocios digitales y liderar la generación de contenidos audiovisuales. Pero somos conscientes de que nuestra función va más allá de generar retorno al accionista, y que debemos contribuir a la transformación social y trabajar por el bien común haciendo realidad nuestro propósito corporativo de generar reflexión y emoción para crear una comunidad con valores compartidos.

En relación a los éxitos alcanzados durante el año, me gustaría destacar el hecho de que Atresmedia ha cerrado 2023 con unos ingresos de 971,4M€, un beneficio neto de 171,2 M€, y un EBITDA de 173,1M€ lo que demuestra la compatibilidad entre el desarrollo económico y la concienciación con la sostenibilidad.

A estos logros se suman los obtenidos en cada línea de actividad de nuestra Compañía. Atresmedia Televisión, ha cerrado el año como el grupo de comunicación líder con una cuota de pantalla del 26,8%, y logrando más de 18,2 millones de espectadores únicos al día siendo Antena 3 la cadena más vista con un 13,3% de audiencia. Por su parte, laSexta ha vivido su undécimo año como líder sobre su competidor y mantiene su posición como la 2ª cadena privada con más espectadores únicos. También quiero destacar a nuestras cadenas temáticas Nova, Neox, Mega y Atreseries que han logrado su mejor año desde 2020 con una cuota de pantalla conjunta del 7,3%.

En un mundo en el que existe un volumen de información elevadísima, la confianza se ha convertido en nuestro activo más valioso. Nuestra labor como editores va más allá de, simplemente, distribuir información; adquirimos una responsabilidad sobre todo lo que emitimos y trabajamos incansablemente para combatir la desinformación. Por ello, nos comprometemos a proporcionar información veraz, contrastada y fiable a nuestra audiencia. Este compromiso nos ha convertido en el socio de confianza de millones de hogares que se mantienen informados a través de nuestras propuestas informativas y se refleja en un liderazgo indiscutible de Antena 3 Noticias en 2023, encadenando seis años consecutivos como los informativos líderes de nuestro país.

Durante el año, hemos producido multitud de historias de ficción que han trascendido nuestras fronteras y que nos han convertido en motor de la industria. Así, nuestra OTT, atresplayer ha alcanzado una media de 4,56 millones de visitantes únicos mensuales y más de 600.000 abonados gracias al estreno de contenidos originales y exclusivos como *Cristo y Rey*; *Las Noches de Tefía* o *Vestidas de Azul*. En 2023 nuestra plataforma ha ampliado su oferta en directo con la incorporación de 10 nuevos canales *fast*, (gratuitos) y se ha modernizado con un nuevo diseño de interfaz que mejora la experiencia de los usuarios. La inversión en contenidos también ha estado presente en Atresmedia Cine, cuya inversión cinematográfica ha ascendido a 23 millones de euros repartidos en 11 largometrajes. Un año histórico en el que hemos recaudado 19,1 M€, lo que nos convierte en la



productora más taquillera del año, logrado una cuota de mercado del 24% y situando dos títulos en el top 5 de las películas españolas más taquilleras.

Celebramos también las grandes cifras de audiencia de Atresmedia Radio con 2,83 millones de oyentes entre sus tres emisoras. Nuestra radio generalista, Onda Cero, ha cerrado 2023 con cerca de 2 millones de oyentes diarios y Carlos Alsina, al frente de 'Más de uno', ha conseguido el mejor final de año de toda su historia. Por su parte, Europa FM, referente nacional de la radio musical, ha crecido un 12% respecto a 2022, alcanzando los 850.000 oyentes. Además, 2023 ha sido un año lleno de premios para los comunicadores de Onda Cero. Carlos Alsina recibió, entre otros el premio de periodismo 'Francisco Cerecedo', concedido por la Asociación de Periodistas Europeos y Julia Otero recogió la Medalla de Honor de la Ciudad de Barcelona, lo que pone de manifiesto el talento y profesionalidad de las voces de Atresmedia Radio.

Asimismo, en 2023 Atresmedia Publicidad ha seguido innovando y diferenciándose con el lanzamiento de una nueva estrategia comercial que pone de manifiesto el valor y rentabilidad del medio televisión. Nuestra asociación con los anunciantes es esencial; son nuestros socios y siempre estarán en el centro de nuestro proyecto empresarial. En este sentido, también hemos vuelto a garantizar un entorno más seguro para las marcas que se anuncian con nosotros y protegemos la sostenibilidad de la industria publicitaria a través de la autorregulación, la veracidad, la diversidad y la calidad del servicio.

Por último, Atresmedia Diversificación ha continuado su crecimiento apostando por nuevas fuentes de ingresos que contribuyen a la expansión de la marca Atresmedia y consolidando algunas de las sociedades participadas por el Grupo, como es el caso de Fever o Waynabox, que ha doblado sus ingresos.

Pero nuestro éxito no se limita únicamente al ámbito empresarial; también hemos contribuido activamente a la cohesión social y al desarrollo cultural de nuestra sociedad. Creemos firmemente que los medios de comunicación tienen el poder de influir positivamente en la vida de las personas y de fomentar un diálogo constructivo en la sociedad. Por ello, hemos generado espacios de reflexión, como el evento Metafuturo que aborda los principales desafíos del nuevo mundo de la mano de expertos nacionales e internacionales, y hemos promovido la diversidad, el respeto y la tolerancia en nuestros contenidos, con el objetivo de contribuir a la construcción de una sociedad más inclusiva y solidaria.

En este sentido, me gustaría resaltar que en 2023 hemos subtitulado el 92,5% del contenido televisivo; hemos difundido campañas publicitarias gratuitas para ONG por valor de 27,9 millones de euros y hemos colaborado con el Comité de Emergencia con el objetivo de dar una rápida respuesta a las necesidades humanitarias derivadas del terremoto en Turquía y Siria y del terremoto en Marruecos. Además, a través de la creación de la iniciativa 'Hablando en plata', queremos revalorizar el colectivo de personas de edad luchando contra el edadismo, impulsando un cambio de percepción y destacando su experiencia y conocimiento como un valioso activo para nuestra sociedad. Nuestro compromiso social decidido a través de iniciativas ya conocidas como Ponle Freno, Constantes y Vitales, Tolerancia Cero, la labor de la Fundación Atresmedia promoviendo la alfabetización mediática de niños y jóvenes o nuestro programa de voluntariado corporativo demuestran que nos esforzamos continuamente por contribuir a generar un impacto positivo en la sociedad en la que operamos y vivimos

Todos estos resultados no hubieran sido posibles sin el apoyo de nuestros accionistas, anunciantes, colaboradores y proveedores, y sin el excepcional equipo de profesionales y comunicadores con los que contamos. Nuestro compromiso con la excelencia y el talento es lo que nos ha permitido consolidarnos como líderes en el mercado, tener los informativos, programas y series más vistas del año y mantenernos a la vanguardia de la industria.

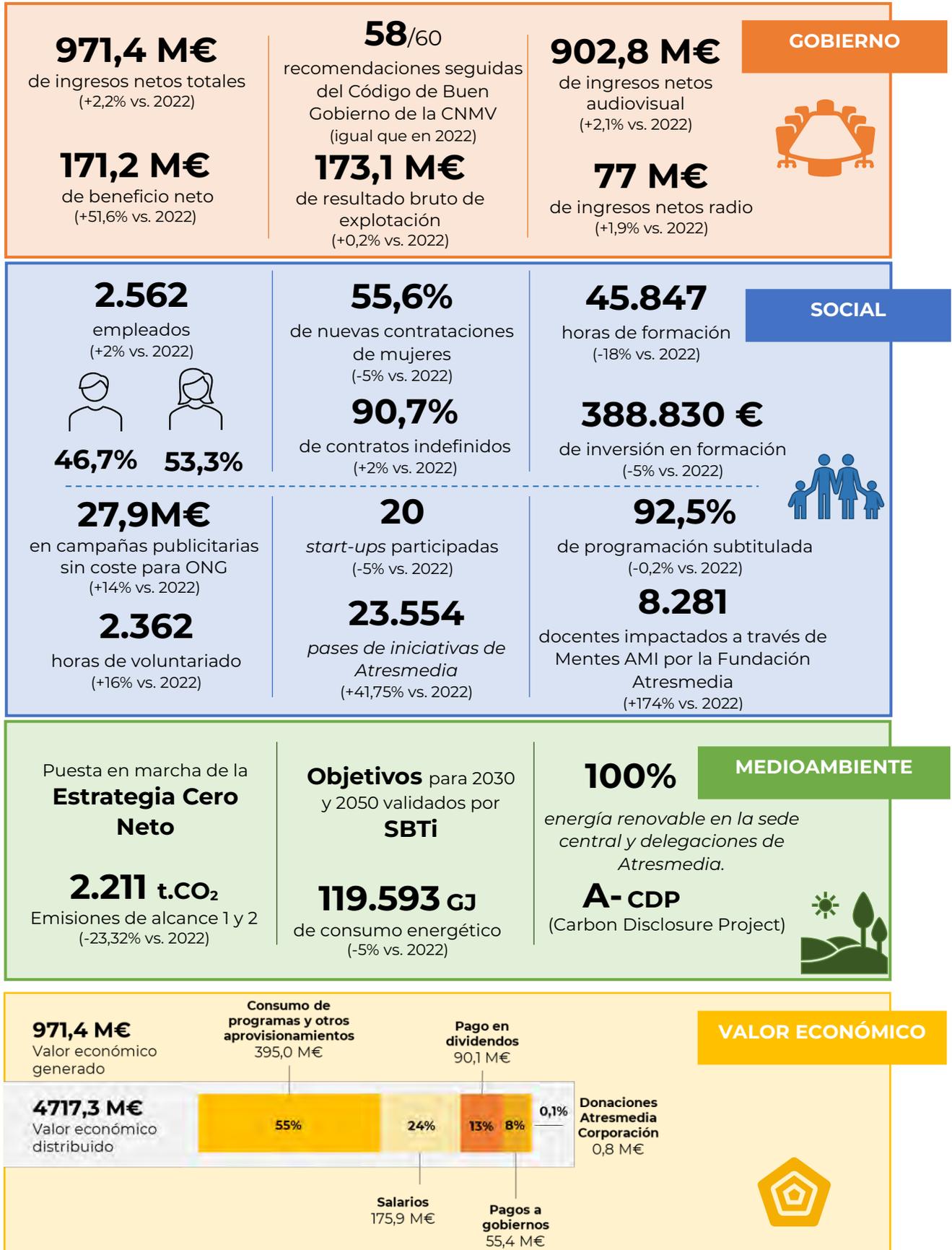
El éxito de nuestro modelo de negocio ha sido reconocido además en un reciente informe publicado por la prestigiosa revista norteamericana Newsweek, que ha situado a Atresmedia como una de las compañías más confiables del mundo y la única española del sector de Medios y Entretenimiento. Y la entidad referente en información climática para la comunidad inversora, Carbon Disclosure Project

(CDP) ha otorgado a nuestro desempeño climático una de las máximas calificaciones que se pueden obtener, A-, alcanzando con ello la puntuación más alta de Atresmedia en los últimos años y posicionándonos por encima de la media de nuestro sector. Todos estos reconocimientos nos enorgullecen enormemente.

Concluyo trasladándoles nuevamente nuestro firme compromiso como Grupo con ser un agente activo que ayude a construir un sector audiovisual socialmente sostenible y a contribuir positivamente al entorno en el que desarrollamos nuestra actividad. Transmitirles también nuestro agradecimiento por su continuo apoyo y confianza en nosotros.

JAVIER BARDAJÍ

3. El año de un vistazo:



Hitos 2023

Atresmedia cierra el año 2023 con un **EBITDA** de 173,1 M€

Atresmedia TV: grupo de televisión líder con un 26,8% de *share*, liderando, también en *Prime Time*

Antena 3 encadena 26 meses consecutivos de liderazgo

Antena 3 Noticias informativos líderes durante 6 años

laSexta: 11 años de liderazgo sobre su competidor

atresplayer cierra con más de 600.000 abonados y una nueva interfaz que mejora la experiencia de usuario

Atresmedia, una de las empresas más confiables del mundo según la prestigiosa revista estadounidense **Newsweek**

Antena 3, la cadena más confiable según el Informe **Digital News Report**, elaborado por el Reuters Institute for the Study of Journalism y la Universidad de Oxford

Antena 3 elegida por 10º año consecutivo la cadena preferida de los españoles, según **Personality Media**

Atresmedia Radio ha logrado alcanzar los 2,8 millones de oyentes

Onda Cero renueva su imagen sonora y Carlos Alsina bate su récord de audiencia

Las Noches de Tefía, serie original de atresplayer, gana el diversity tv awards en el Mipcom de Canes

Atresmedia Publicidad lanza una nueva Política Comercial e introduce la venta diferenciada y coste por CPM

Atresmedia Cine lidera la taquilla del cine español por 5º año consecutivo y recauda 19M€

Atresmedia ha ofrecido a todos sus empleados una formación en **Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)**

La carrera **Ponle Freno** celebra su XV aniversario con un recorrido especial

La estrategia **Cero Neto** de Atresmedia y sus objetivos de reducción de emisiones han sido validados por **SBTi**

La **Fundación Atresmedia** consolida sus tres proyectos y sigue impulsando la Alfabetización Mediática e Informativa

4. Alcance del informe

El presente Estado de Información no Financiera se ha elaborado en línea con los requisitos establecidos en la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, de Información No Financiera y Diversidad aprobada el 13 de diciembre de 2018 por el Congreso de los Diputados por la que se modifican el Código de Comercio, el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, y la Ley 22/2015, de 20 de julio, de Auditoría de Cuentas, en materia de información no financiera y diversidad (procedente del Real Decreto-ley 18/2017, de 24 de noviembre).

Adicionalmente, en el proceso de elaboración se han considerado las directrices sobre la presentación de informes no financieros de la Comisión Europea (2017/C 215/01) derivadas de la Directiva 2014/95/UE. De esta forma, el informe se ha elaborado utilizando como referencia los Estándares *GRI* y el Suplemento Sectorial para Medios de Comunicación de la Guía G4 de *GRI*.

El presente Estado de Información No Financiera ha sido revisado por la Comisión de Control y Auditoría y aprobado por el Consejo de Administración de Atresmedia a fecha de 28 de febrero de 2024, junto con los Estados Financieros del Grupo.

Objetivo y alcance del informe

Atresmedia (también la Compañía, el Grupo, el Grupo Atresmedia o Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación), en un ejercicio de responsabilidad y compromiso con la transparencia, informa sobre cuestiones ambientales, sociales y de buen gobierno que son materiales para sus líneas de actividad, mediante el presente Estado de Información no Financiera.

Durante el ejercicio 2023, el Grupo Atresmedia ha llevado a cabo el proceso de Análisis de Doble Materialidad, con el fin de anticiparse e ir adecuando paulatinamente su estrategia de *reporting* a los requerimientos de la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (en adelante, *CSRD*) y a las Normas Europeas de Información sobre Sostenibilidad¹, conocidas como NEIS (o por sus siglas en inglés, *ESRS*), las cuales han sido desarrolladas por el Grupo Consultivo Europeo en materia de información financiera (por sus siglas en inglés, *EFRAG*).

El objetivo de Atresmedia con la actualización de su análisis de materialidad es identificar los aspectos más relevantes y prioritarios en materia de sostenibilidad, tanto para el Grupo como para sus principales grupos de interés. La identificación de estos aspectos materiales permitirá al Grupo establecer un *reporting* de sostenibilidad robusto, así como ofrecer una mayor transparencia informativa en relación con dichos aspectos y en la rendición de cuentas ante los grupos de interés.

Proceso de Análisis de Doble Materialidad

El principio de Doble Materialidad se compone de la unión de dos perspectivas, la **perspectiva de impacto**, relativa al impacto que genera el Grupo con sus operaciones en el entorno en el que opera y la **perspectiva financiera**, relativa a cómo las condiciones externas al Grupo pueden llegar a afectar a su desempeño financiero.

En este sentido, Atresmedia ha llevado a cabo un ejercicio de entendimiento sobre qué asuntos están generando un impacto sobre el medioambiente y/o la sociedad, y a qué riesgos y oportunidades se enfrenta debido al entorno en el que opera. Asimismo, el análisis de dichos asuntos se ha llevado a cabo tanto en las operaciones propias del Grupo, como a lo largo de toda su cadena de valor.

Para llevar a cabo el proceso de Análisis de Doble Materialidad se ha desarrollado una metodología basada en cuatro fases claves que se detallan a continuación:

¹ El reporte de asuntos materiales durante el ejercicio 2023 no tiene como objetivo dar respuesta explícita a dichos requerimientos normativos, siendo el reporte del ejercicio 2024 el que marcará la divulgación bajo la perspectiva de Doble Materialidad.



1. **Fase de entendimiento:** se ha centrado en comprender de manera integral la actividad y operaciones del Grupo. Dicho análisis ha llevado a categorizar las operaciones del Grupo en dos grandes ámbitos: 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, las actividades relacionadas con el ámbito de diversificación, que comprenden en su mayoría las actividades no dependientes de la creación de contenido.
2. **Fase de identificación:** se ha centrado en identificar los asuntos relacionados con el impacto que Atresmedia genera en el medioambiente y en la sociedad a lo largo de toda su cadena de valor, así como aquellos aspectos que pueden afectar al desempeño del Grupo, derivados de los temas relevantes del sector señalados en la fase de entendimiento, así como mediante la consulta de fuentes internas y externas del sector *Media & Entertainment*.
3. **Fase de evaluación:** se ha centrado definir un mecanismo de evaluación de asuntos relevantes para determinar su materialidad. En dicha evaluación han participado los principales grupos de interés de Atresmedia entre los que destacan los relativos a la fuerza laboral, los accionistas e inversores, los proveedores, los clientes y la sociedad.
4. **Fase de determinación:** se ha centrado en, a partir de los umbrales definidos internamente, concluir cuáles son los impactos, riesgos y oportunidades (IROs) materiales para el Grupo.

Principales resultados del Análisis de Doble Materialidad

Durante el proceso de Doble Materialidad, se ha analizado cada IRO relevante con el fin de identificar su grado de importancia, tanto para Atresmedia como para sus grupos de interés, además de vincular dichos asuntos con las temáticas y sub-temáticas de las NEIS (en preparación para la entrada en vigor del reporte en materia de sostenibilidad bajo la CSRD en 2025)².

Tras el análisis de los resultados del proceso de evaluación, se han determinado como no materiales las siguientes temáticas: uso de los recursos y economía circular; cadena de suministro responsable; trabajadores no asalariados; gestión del agua; biodiversidad; y contaminación.

En relación con la evolución del grado de relevancia de los temas identificados como materiales en 2023 y comparando los mismos con el análisis previo, se observa una continuidad de las prioridades relacionadas con los aspectos relativos a la responsabilidad del contenido tanto informativo y de entretenimiento, como el publicitario, (veracidad, independencia, transparencia, diversidad, protección de la infancia, reputación, etc.), así como la lucha contra las *fake news* y la desinformación.

Los aspectos relativos a la ciberseguridad han incrementado en relevancia, situándose este último, como el aspecto más importante. Por otro lado, el cumplimiento normativo es otra de las temáticas que ha incrementado significativamente su grado de importancia, tanto por su alto componente reputacional como por la relevancia otorgada por parte de los inversores y accionistas. También destaca la mayor relevancia de otros aspectos como la inversión sostenible, las producciones sostenibles, el altavoz social y por el clima, la relación e impacto en la comunidad.

Por último, se identificaron en 2023 otros aspectos materiales, no identificados en análisis previos, tales como los aspectos relativos a Derechos Humanos y laborales³; la diversidad, equidad e inclusión; la accesibilidad de los contenidos; la alfabetización mediática e informacional y digital; y el Cambio Climático.

Matriz de Doble Materialidad

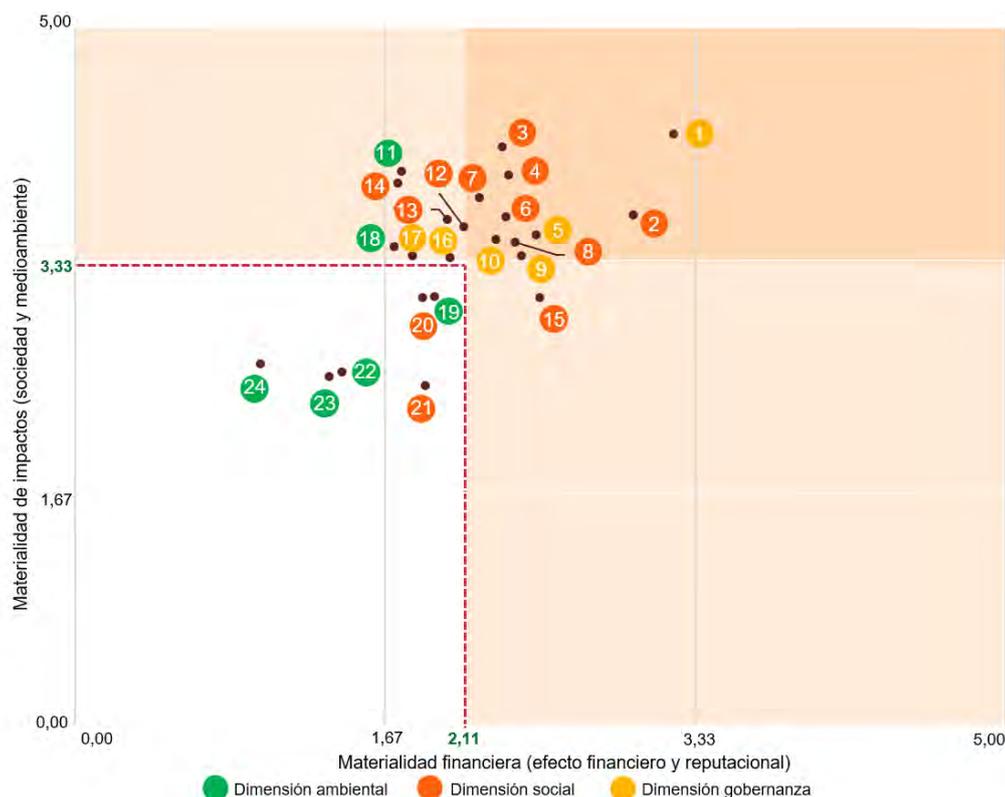
La agrupación de IROs por temáticas para conformar asuntos materiales se puede encontrar en la matriz de Doble Materialidad que está compuesta por dos ejes principales: el eje X, que representa la materialidad financiera, y el eje Y, que representa la materialidad de impacto. En esta matriz, se han representado todas las temáticas identificadas y evaluadas, tanto las consideradas materiales como

² Si bien la Compañía ha realizado su Análisis de Doble Materialidad conforme a las NEIS, su Estado de Información No Financiera sigue atendiendo a la regulación y marcos de reporte vigentes en el presente ejercicio.

³ En lo relativo a los Derechos Humanos y laborales, cabe destacar que Atresmedia ha realizado un exhaustivo proceso de Diligencia Debida en esta materia, identificando impactos adversos potenciales e implantando medidas de control adicionales.

las consideradas no materiales, reflejando así uno de los valores esenciales del Grupo: la transparencia. Asimismo, dichas temáticas se han clasificado según su enfoque ambiental, social, y de gobernanza.

Una vez se han determinado los asuntos materiales, dichas temáticas se han clasificado en cuatro categorías, en función de su grado de importancia: crítico, alto, medio y bajo, resultando como temas críticos la ciberseguridad; la publicidad responsable, el contenido responsable, veraz y de calidad; la lucha contra las *fake news* y la desinformación; y el cumplimiento normativo. El umbral de materialidad, tanto para impactos como para riesgos y oportunidades, se ha definido en base a la media entre el asunto con el valor más alto y el asunto con el valor más bajo para ambos ejes.



Por último, el presente Análisis de Doble Materialidad determina en gran medida la selección de los contenidos recogidos en este informe, como bien se detalla en las siguientes tablas:



	Nº	Temáticas	Evaluación	Contenidos del EINF (apartado)
Crítico	1	Ciberseguridad	3,72	7.4.3 Ciberseguridad
	2	Publicidad Responsable	3,33	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia
	3	Contenido responsable, veraz y de calidad	3,22	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia / 8.2.2 Compromiso con la sociedad que rodea a Atresmedia
	4	Lucha contra las <i>fake news</i> y la desinformación	3,13	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia
	5	Cumplimiento normativo	2,99	7.6 Cumplimiento normativo
Alto	6	Accesibilidad de los contenidos	2,98	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia
	7	Alfabetización mediática e informacional y digital	2,97	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia
	8	Bienestar, salud y seguridad de los empleados	2,91	8.3 Sobre los empleados / 8.3.3 Desarrollo profesional de los empleados 8.3.5 Fomento de la igualdad, diversidad y la conciliación / 8.3.6 Entorno de trabajo seguro y saludable
	9	Inversión sostenible	2,88	7.1 Gobierno corporativo / 9. El impacto de Atresmedia con el medioambiente
	10	Buen gobierno y ética empresarial	2,87	7.1 Gobierno corporativo / 7.7 Cumplimiento fiscal / 8.2.2 Compromiso con la sociedad que rodea a Atresmedia
Medio	11	Producciones sostenibles	2,86	9. El impacto de Atresmedia con el medioambiente
	12	Relación e impacto en la comunidad	2,83	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia / 8.3.5 Fomento de la igualdad, diversidad y la conciliación
	13	Diversidad, Equidad e Inclusión	2,81	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia / 8.3.5 Fomento de la igualdad, diversidad y la conciliación
	14	Altavoz social y por el clima	2,81	8.2 Sobre la sociedad / 8.2.2 Compromiso con la sociedad que rodea a Atresmedia / 9. El impacto de Atresmedia con el medioambiente
	15	Transformación digital e Inteligencia Artificial	2,78	7.3 Modelo de negocio y estrategia
Bajo	16	Protección de datos y privacidad	2,68	8.2 Sobre la sociedad / 8.2.2 Compromiso con la sociedad que rodea a Atresmedia
	17	Derechos Humanos y laborales	2,59	8.2.4 Respeto a los DDHH
	18	Cambio Climático	2,57	9. El impacto de Atresmedia con el medioambiente
No material	19	Uso de los recursos y economía circular	2,50	-
	20	Cadena de suministro responsable	2,46	-
	21	Trabajadores no asalariados	2,16	-
	22	Gestión del agua	1,98	-
	23	Biodiversidad	1,93	-
	24	Contaminación	1,79	-

Datos de contacto

Las cuestiones relativas al contenido y proceso de definición de este Informe pueden dirigirse a responsabilidad.corporativa@atresmedia.com o a Atresmedia Corporación, Av. Isla Graciosa nº13, San Sebastián de los Reyes, 28703 (Madrid), dirección principal en la que el Grupo opera.

5. Propósito, misión, visión y valores de Atresmedia

El Grupo Atresmedia, a través de su actividad y de su modelo de negocio basado en la calidad y la confiabilidad, tiene el firme compromiso con los espectadores, oyentes, anunciantes, accionistas, fuerza laboral y principales grupos de interés, de generar valor, tanto económico como social y cultural, y contribuir con ello a lograr un mayor bienestar para la sociedad en su conjunto.

Por este motivo, en 2018, y como resultado de un proceso de reflexión interno Atresmedia definió su propósito corporativo “Creemos en el poder de la reflexión y la emoción”, que expresa la razón de ser del Grupo. Los contenidos informativos y de entretenimiento que el Grupo crea y difunde, producen reflexión y emoción, y **son palancas que contribuyen a generar criterio, integración y conciencia social, creando una sociedad de valores compartidos que promueven el bien común.**

“CREEMOS EN EL PODER DE LA REFLEXIÓN Y LA EMOCIÓN” EXPRESA LA RAZÓN DE SER DE ATRESMEDIA, PROMUEVE EL BIEN COMÚN Y BUSCA CREAR UNA SOCIEDAD DE VALORES COMPARTIDOS A TRAVÉS DEL DESARROLLO DE SUS CONTENIDOS INFORMATIVOS Y DE ENTRETENIMIENTO

El propósito corporativo es la base sobre la que se asienta la misión, la visión y los valores que rigen la actividad de Atresmedia. En ese sentido, la Compañía tiene como **misión** difundir una oferta informativa y de entretenimiento diversa, innovadora y de calidad, que responda a las necesidades de sus grupos de interés, para lograr su confianza, consiguiendo el liderazgo y la sostenibilidad. Asimismo, la **visión** de Atresmedia es ser el grupo de comunicación multimedia independiente de referencia, con una contribución valiosa y positiva en la sociedad en la que opera.

LOS VALORES COMPARTIDOS POR LOS EMPLEADOS DE ATRESMEDIA SON EL COMPROMISO CON LA SOCIEDAD, LA CALIDAD, LA CREATIVIDAD, LA VISIÓN A LARGO PLAZO, LA INNOVACIÓN, LA DIVERSIDAD, EL LIDERAZGO, LA RESPONSABILIDAD INDIVIDUAL Y COLECTIVA Y EL TRABAJO EN EQUIPO

Los valores mencionados anteriormente materializan el espíritu y contribución del propósito corporativo, el cual no debe llegar sólo a la sociedad, sino que a todas las personas que conforman al Grupo Atresmedia en su actividad diaria.



- 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.

Nuestro rol como medio de comunicación

Atresmedia como medio de comunicación es consciente de la influencia que ejerce sobre las conductas, hábitos o formas de pensar de las personas que cada día conectan con sus contenidos. Por ello, como grupo audiovisual líder en España, **su principal responsabilidad es estar al lado de la sociedad, ejerciendo su labor de comunicación de forma responsable y garantizando contenidos plurales, veraces, diversos y accesibles** que permitan el intercambio de ideas y la toma de decisiones informadas por parte de la sociedad. En ese sentido, Atresmedia mantiene su vocación de servicio público, trabajando activamente para ofrecer información contrastada y rigurosa, con el fin de generar criterio y certidumbre informativa, combatiendo la desinformación y llevando el entretenimiento a todos los públicos.

La responsabilidad con la sostenibilidad social de los contenidos difundidos por Atresmedia se materializa especialmente ante situaciones políticas, económicas o sociales críticas donde el contenido informativo veraz y de calidad resulta fundamental, así como en su compromiso por ser un altavoz social, que muestra la diversidad de la sociedad y visibiliza diferentes causas sociales, contribuyendo a la sensibilización y movilización de la ciudadanía, a través del desarrollo de diferentes campañas e iniciativas. ([ver 8.2.2. Compromiso con la sociedad que rodea a Atresmedia](#))

ATRESMEDIA OFRECE UN MODELO BASADO EN LA CALIDAD QUE APUESTA POR LA SOSTENIBILIDAD SOCIAL DE SUS CONTENIDOS

En este sentido, Atresmedia recoge formalmente sus compromisos con la sociedad a través de su **Política General de Responsabilidad Corporativa**, actualizada durante el ejercicio 2021 con el fin de adaptarse a los cambios emergentes de la sociedad. Junto a esta política, aprobada por la Comisión de Auditoría y Control, el Grupo dispone de otras políticas y compromisos adicionales que refuerzan su compromiso con la sociedad y el medioambiente:

- [La Política de Publicidad Responsable.](#)
- [La Política de Recursos Humanos.](#)
- [La Política de Medioambiente.](#)

Además, en 2023, Atresmedia ha trabajado en la elaboración de una **Política de Diversidad, Equidad e Inclusión** (DEI) que refuerza los compromisos del Grupo con estos valores y que será aprobada a principios de 2024.

Como se menciona anteriormente, los principios y compromisos recogidos en **la Política General de Responsabilidad Corporativa** son un elemento esencial para establecer las prioridades estratégicas de la Compañía y guían las acciones previstas para su consecución.



Política General de Responsabilidad Corporativa 2021		
Compromisos		Principios de actuación
C1	Producir y emitir contenidos informativos y de entretenimiento responsables y accesibles para toda la sociedad.	Calidad, compromiso, accesibilidad, veracidad, pluralidad y protección y promoción de los Derechos Humanos.
C2	Promover una publicidad de calidad honesta y ética en todos nuestros soportes.	Gestión comercial transparente y honesta; calidad, eficacia e innovación en el servicio; autorregulación publicitaria; respeto de los Derechos Humanos; protección a los menores y compromiso con la sociedad.
C3	Apoyar a nuestros empleados como principal valor de la Compañía.	Proporcionar un empleo de calidad y un entorno laboral gratificante; promover la igualdad, la diversidad y la conciliación; garantizar los derechos laborales y fomentar el comportamiento ético entre las personas que forman parte de nuestra Compañía.
C4	Contribuir al progreso y desarrollo de la sociedad.	Compromiso con la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas; concienciación y sensibilización social a través de los medios de comunicación de Atresmedia; colaboración activa con entidades no lucrativas; fomento del voluntariado corporativo entre nuestros empleados y constitución de la Fundación Atresmedia para impulsar el bienestar y los derechos de niños y jóvenes.
C5	Minimizar el impacto medioambiental y sensibilizar a la sociedad sobre el cuidado del medioambiente.	Disminución de los impactos medioambientales en el entorno de nuestras operaciones y sensibilización ambiental a la sociedad a través de nuestros medios de comunicación.
C6	Fortalecer el Gobierno Corporativo.	Sistema de Gobierno Corporativo global, Política de Gobierno Corporativo, Comisión de Auditoría y Control y Comisión de Nombramientos y Retribuciones.
C7	Transmitir las políticas y valores corporativos a toda la cadena de valor.	Equidad, transparencia, objetividad e independencia en las relaciones con nuestros proveedores de bienes y servicios; sostenibilidad en nuestros procesos de compras y compromiso compartido con nuestros proveedores.
C8	Establecer relaciones transparentes con los grupos de interés.	Canales de diálogo fluidos y activos con nuestros grupos de interés; transparencia, veracidad y equilibrio de la información corporativa; participación activa en organismos y foros nacionales e internacionales referentes en responsabilidad corporativa.



El Comité de Responsabilidad Corporativa de Atresmedia, constituido en 2010, se reúne anualmente para abordar los retos y objetivos de sostenibilidad de la Compañía desde una perspectiva transversal gracias a la representación de diferentes áreas corporativas claves para el éxito de la gestión diaria de la sostenibilidad (Recursos Humanos, Servicios Generales, Gestión Operativa, Auditoría Interna, Gobierno Corporativo, Publicidad, Contenidos, Informativos, Proveedores, Financiero y Estrategia). Algunas de las cuestiones más relevantes tratadas en el Comité durante el ejercicio 2023 han sido **el tsunami regulatorio en materia de sostenibilidad, la estrategia Cero Neto de la Compañía, la apuesta por la Diversidad, la Equidad y la Inclusión o el lanzamiento del proyecto Residuo Cero para una correcta gestión de los residuos.**

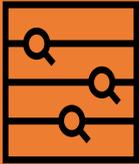
Adicionalmente, el Grupo publica anualmente el grado de avance respecto a los compromisos asumidos en la Política General de Responsabilidad Corporativa tanto en su Estado de Información No Financiera (en adelante, EINF), como en la web de Responsabilidad Corporativa de Atresmedia que está permanentemente actualizada y en su cuadro de mando no financiero que se encuentra disponible en el apartado final de este informe "[13. Cuadro de mando no financiero](#)".

ATRESMEDIA RECOGE SU COMPROMISO CON LA SOCIEDAD Y EL MEDIOAMBIENTE EN SU POLÍTICA GENERAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA QUE REFLEJA LOS CONSTANTES ESFUERZOS DE MEJORA EN SU GESTIÓN SOSTENIBLE

Por todo ello, y dado que Atresmedia considera la integración de la Responsabilidad Corporativa en su estrategia como un aspecto esencial, el Grupo se preocupa por conocer las buenas prácticas identificadas en otros sectores, así como las tendencias en materia ASG y las regulaciones que pueden tener un impacto directo o indirecto en la Compañía. En esta línea, Atresmedia participa proactivamente en los *clusters* de Transparencia, Compromiso Social y Medioambiente en Forética, organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial en España. Asimismo, tiene una presencia activa en las actividades de la Fundación SERES, Pacto Mundial y en las reuniones trimestrales del *Responsible Media Forum*, entidades de referencia que fomentan la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de las empresas.

6. Quiénes somos

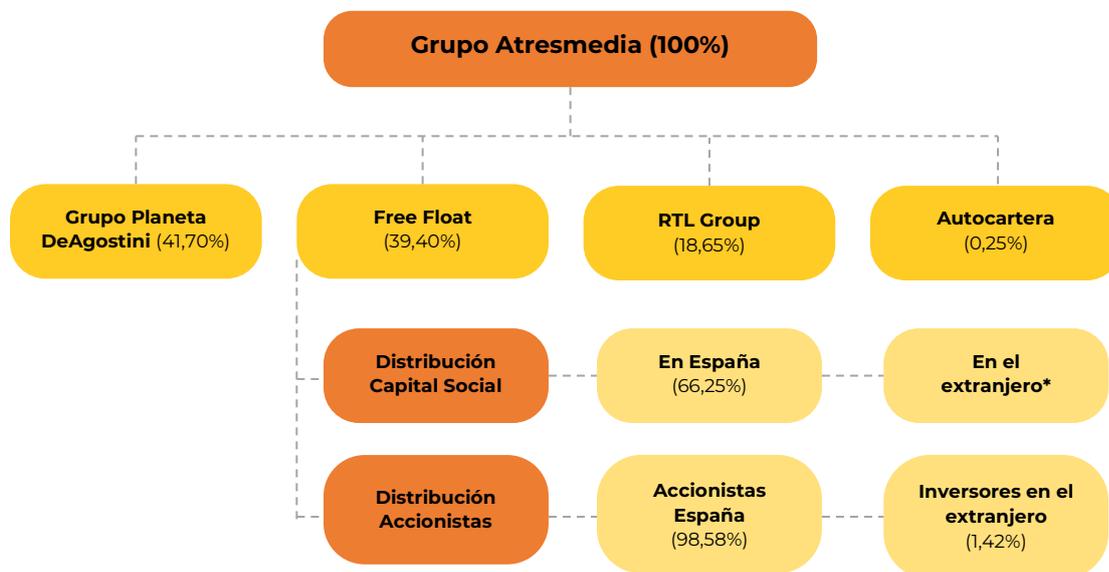
Atresmedia es el grupo de comunicación líder en España que opera en los sectores de televisión, radio, digital, cine y producción audiovisual. El Grupo Atresmedia desarrolla su actividad a través de diferentes divisiones de negocio, entre las que se encuentran **Atresmedia Audiovisual, Atresmedia Radio, Atresmedia Publicidad y Atresmedia Diversificación.**

 <p>Atresmedia Audiovisual</p> <p>Con sus 6 canales de televisión en abierto: Antena 3, laSexta, Neox, Nova, MEGA y Atreseries; su plataforma de contenido a la carta atresplayer que incluye, además, los canales de Flooxer o Neox Kidz y su producción cinematográfica a través de Atresmedia Cine o Buendía Estudios.</p>	 <p>Atresmedia Radio</p> <p>Engloba a Onda Cero, Europa FM, Melodía FM y desde 2022 a la plataforma de audio digital Sonora.</p>	 <p>Atresmedia Publicidad</p> <p>Incluye la explotación publicitaria y comercial del Grupo, así como la actividad de las empresas SmartClip o H2H.</p>	 <p>Atresmedia Diversificación</p> <p>Engloba las actividades de otros negocios no dependientes de publicidad a través de sus líneas, Atresmedia Internacional, Media for Equity, Nuevos Negocios y el Negocio Musical, así como la actividad de las empresas Pazy o Waynabox.</p>
---	--	--	--

Además de las actividades mencionadas, el Grupo tiene otras líneas de negocio secundarias entre las que se encuentra, por ejemplo, Atresmedia Formación, **cuyo objetivo es poner al servicio de la sociedad el talento de los profesionales que forman parte de Atresmedia.**

Todas las líneas de negocio comparten los valores de calidad, compromiso, pluralidad y apuesta por la industria, que rigen su actividad y permiten dar cumplimiento a su propósito como Compañía, así como a su misión y visión.

Atresmedia Corporación es una sociedad cotizada que en la actualidad presenta la siguiente estructura accionarial:



*Participación >1%: Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Bélgica, Luxemburgo y Francia.

A continuación, se ofrece información sobre los dos accionistas con porcentaje significativo del capital social:

ACCIONISTA	ACTIVIDAD	REPRESENTACIÓN CONSEJO
Grupo Planeta DeAgostini⁴	Nace de la alianza estratégica entre Grupo Planeta y DeAgostini. Su objetivo es afianzar su liderazgo en el mundo editorial, en nuevos sectores de la economía y, de forma muy especial, en el ámbito de los medios audiovisuales.	D. José Creuheras ⁵ D. Mauricio Casals Aldama D. Marco Drago D. Carlos Fernández Sanchiz
RTL Group	Con 56 cadenas de televisión, 7 plataformas de <i>video on demand</i> y 36 emisoras de radio es el líder europeo en el mercado del entretenimiento. La compañía, con sede central en Luxemburgo, tiene intereses en radio y televisión en Alemania, Francia, Holanda, Luxemburgo, España y Hungría. Además, produce contenido que distribuye en todos los continentes, y tiene participación en varios negocios de vídeo digital. Sus acciones cotizan en el mercado de Frankfurt, y en el de Luxemburgo.	D. Elmar Heggen D. Nicolas de Tavernost

⁴ Grupo Planeta – de Agostini, S.L. participa en el capital de a través de su filial unipersonal GRUPO PASA CARTERA, S.A.U

⁵ El presidente D. José Creuheras Margenat es consejero dominical, designado a propuesta del Grupo Planeta DeAgostini, y ejecutivo. De conformidad con lo establecido por el artículo 529 apartado 1 de la Ley de Sociedades de Capital, prevalece la condición de ejecutivo.

7. Gestión Sostenible

El Grupo Atresmedia está fielmente comprometido con la gestión sostenible de su actividad, buscando el equilibrio entre la rentabilidad y la competitividad de la Compañía con el rol social derivado de su actividad como medio de comunicación.

El Sistema de Gobierno Corporativo del Grupo Atresmedia vela por el cumplimiento de los intereses de la Compañía. Este sistema enmarca el desarrollo de su actividad dentro de un estricto marco de cumplimiento normativo y de un ejercicio de responsabilidad.

7.1 Gobierno Corporativo

El **Sistema de Gobierno Corporativo** y el procedimiento de **toma de decisiones** de Atresmedia se fundamenta en su Política de Gobierno Corporativo y está integrado por los **órganos de gobierno** y administración, junto con las **normas y disposiciones legales** que garantizan el adecuado funcionamiento y control de estos, así como la relación con los **grupos de interés**. Se puede obtener mayor detalle sobre dicho Sistema en el Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC).

El Grupo Atresmedia sigue 58 de las 60 recomendaciones del Código de Buen Gobierno que le son de aplicación (ver apartado G del IAGC 2023). Los elementos que integran el Sistema de Gobierno Corporativo de Atresmedia se describen en el siguiente diagrama:



En el sitio web de Atresmedia⁶ están disponibles las normas internas de gobierno corporativo (Estatutos Sociales, Reglamentos y Políticas corporativas) así como el acceso al Canal de Consultas y Denuncias y su procedimiento regulador.

En cuanto a los elementos normativos de este Sistema de Gobierno Corporativo se han aprobado o modificado los siguientes aspectos en 2023:

- Aprobación de la Política General del Sistema interno de informaciones y procedimiento regulador del canal interno de información en cumplimiento de 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**.
- Modificación del Código de Conducta para su adaptación a los cambios organizativos y en la configuración del Canal de Consultas y Denuncias como consecuencia de aplicación de la Ley 2/2023, así como **para incluir el compromiso del Grupo con la protección de los Derechos Humanos y de los datos personales y pautas de conducta sobre el uso de herramientas de Inteligencia Artificial**.

⁶ www.atresmediacorporacion.com



- Aprobación de la Política sobre el uso responsable de herramientas de Inteligencia Artificial y conexos **con el fin de establecer unos principios generales de actuación y unas referencias de comportamiento.**
- Modificación del Protocolo de intervención de la Comisión Delegada **para actualizar los importes de los negocios jurídicos a cuya aprobación se refiere.**
- Modificación del Protocolo de análisis y aprobación de operaciones vinculadas **para incluir la previsión legal de delegación de la facultad de aprobación por el Consejo de Administración de operaciones vinculadas en los supuestos concretos establecidos por norma y para incorporar los criterios aplicados en la valoración y aprobación de estas operaciones teniendo en cuenta el documento informativo publicado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (en adelante, CNMV).**

LA ACTUALIZACIÓN Y MEJORA DEL BUEN GOBIERNO CORPORATIVO MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LOS PRINCIPIOS DE LA POLÍTICA GENERAL DE GOBIERNO CORPORATIVO DE ATRESMEDIA Y DE LAS RECOMENDACIONES DE LOS ORGANISMOS REGULADORES COMO ESMA O LA CNMV SUPONEN UN IMPACTO POSITIVO, YA QUE MEJORAN LA REPUTACIÓN Y GENERAN MÁS CONFIANZA EN LA AUDIENCIA

En el Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC) 2023 se recoge de forma detallada la estructura y el funcionamiento de los órganos de gobierno de la Compañía, su composición, la composición del accionariado, las operaciones vinculadas relevantes que se han aprobado, el modelo de gestión y control de riesgos, el funcionamiento de la junta general de accionistas, los mecanismos establecidos para detectar, determinar y resolver los posibles conflictos de intereses entre la sociedad o su grupo y sus consejeros, directivos, accionistas significativos u otras partes vinculadas y el grado de seguimiento de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno para sociedades cotizadas (CBG) aprobado por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

LOS MECANISMOS RELATIVOS A LOS CONFLICTOS DE INTERÉS SE ENCUENTRAN REGULADOS EN EL REGLAMENTO DEL CONSEJO, CONCRETAMENTE EN EL ARTÍCULO 34.3 Y APARECEN DESCRITOS CON DETALLE EN EL APARTADO D.6 DEL IAGC 2023

Los consejeros deberán comunicar cualquier situación de conflicto de interés real o potencial que ellos o sus personas vinculadas, según se define en el artículo 231 de la Ley de Sociedades de Capital (LSC), pudieran tener con el interés de la Sociedad. En caso de conflicto, el consejero implicado se abstendrá de intervenir en la deliberación y decisión relacionada con el conflicto. **Los consejeros afectados no podrán delegar su voto en la correspondiente sesión del Consejo de Administración y deberán ausentarse de la sala de reuniones mientras el consejo vota y delibera al respecto.**

LA SECRETARIA DEL CONSEJO RECABA ANUALMENTE UNA DECLARACIÓN FIRMADA POR LOS CONSEJEROS EN LA QUE CONSTATAN LA AUSENCIA DE CONFLICTOS DE INTERÉS O EN SU CASO, LA EXISTENCIA Y DESCRIPCIÓN DE ESTOS, INFORMACIÓN QUE SE RECOGE EN LA MEMORIA DE LAS CUENTAS ANUALES Y EN EL IAGC

Junta General de accionistas

La Junta General Ordinaria de Accionistas 2023, celebrada el 26 de abril, se desarrolló de forma presencial y se retransmitió, como es habitual en directo, a través de la web corporativa con acceso universal y siguiendo la recomendación 7ª del Código de Buen Gobierno (CBG).

Nueva Política de Remuneraciones 2024- 2026

La Junta General Ordinaria de accionistas celebrada en abril de 2023 aprobó una nueva política de remuneraciones (la "Política de Remuneraciones" o la "Política") aplicable a los meses restantes de 2023 y los ejercicios 2024-2026 incluidos, dejando sin efecto la política de remuneraciones para los



ejercicios 2021-2023, vigente hasta ese momento, que había sido aprobada por la Junta General Ordinaria de Accionistas de la Sociedad en su reunión del día 28 de abril de 2021.

En el proceso de elaboración de la nueva política se contó con el asesoramiento de un despacho legal externo e independiente de CUATRECASAS. Esta es una política continuista con la anterior, por lo que **puede afirmarse que el modelo de retribución de los consejeros en Atresmedia se ha mantenido estable y ha sido previsible en los últimos años, sin perjuicio de las necesarias adaptaciones a las exigencias legales aplicables y los cambios debidos a las nuevas tendencias y mejores prácticas**, que han implicado la inclusión de nuevos conceptos retributivos, siendo las principales modificaciones las siguientes:

- Adaptación de la política a los cambios en los cargos internos acontecidos en 2022, como el nombramiento de un vicepresidente ejecutivo, cargo que estaba vacante desde 2019 y la desaparición del cargo de Consejero Director General de Televisión.
- Inclusión de una retribución variable asociada al rendimiento de nuevos negocios, destinada a los consejeros ejecutivos y a un grupo de directivos del Grupo con el fin de introducir fórmulas competitivas para retener y motivar a los miembros clave del equipo directivo, en línea con los objetivos estratégicos del Grupo y alinear su retribución con el retorno de la inversión para los accionistas. Esto se ha llevado a cabo mediante un factor de retribución variable asociado a la percepción por los accionistas de dividendos adicionales extraordinarios procedentes del rendimiento de nuevos negocios.
- Equiparación del régimen indemnizatorio aplicable al contrato de prestación de servicios profesionales del presidente del Consejo de Administración con el objetivo de que sea igual que el resto de los consejeros ejecutivos.
- Aumento de la retribución de los consejeros externos.
- Modificación y ajustes técnicos, en los supuestos de liquidación anticipada del porcentaje de la retribución variable anual de los consejeros ejecutivos, que normalmente requiere la permanencia del consejero en su cargo durante un año adicional desde el momento de su devengo.

Remuneraciones de los consejeros y directivos vinculadas a indicadores no financieros

La Política de Retribuciones 2024-2026 recoge el Plan de Retribución variable a largo plazo con pago en efectivo y mediante entrega de acciones, dirigido a los consejeros ejecutivos y determinados directivos del Grupo que ya estaba incluido en la Política aprobada en 2021.

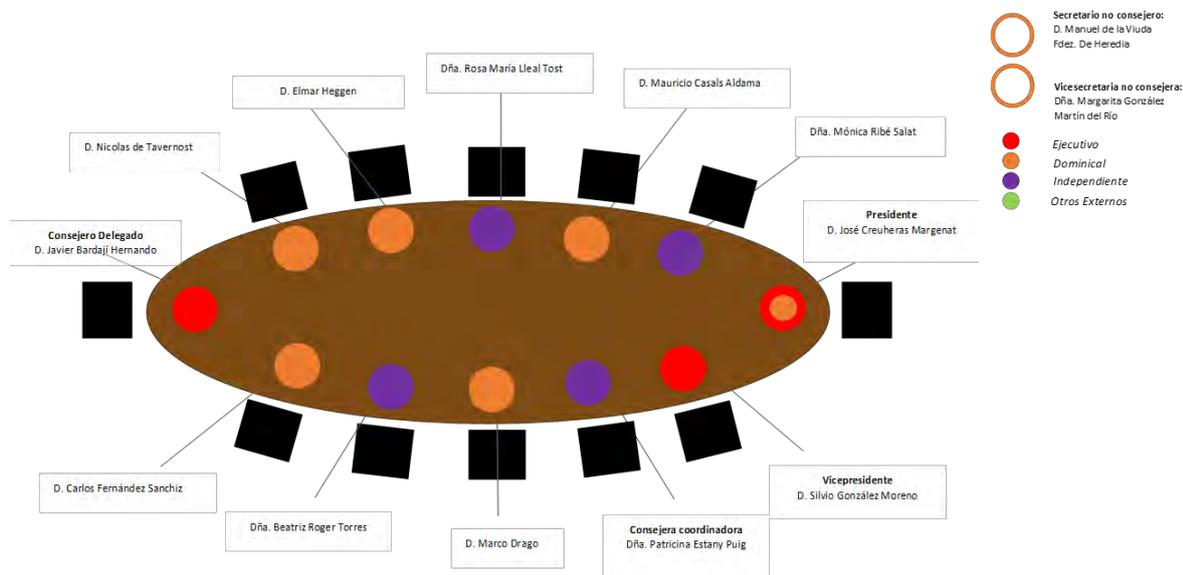
El mencionado Plan **vincula una parte de las retribuciones variables (5%) al desempeño de indicadores del cuadro de mando no financiero relacionados con el fin de integrar los aspectos ESG en la gestión del Grupo**. Estos indicadores son los siguientes:

- El grado de seguimiento de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno (CBG) aplicables a la Sociedad.
- El mantenimiento de una reserva de espacio significativa para emisiones en televisión de campañas gratuitas para ONG.
- El mantenimiento y mejora del porcentaje de horas de subtítulos en la programación televisiva.
- La calificación obtenida por el Grupo Atresmedia en el Informe *Carbon Disclosure Project* (CDP).

La nueva Política de Remuneraciones ha contado con el respaldo del 84,08% de los votos de los accionistas en la Junta general ordinaria 2023 y el informe de remuneraciones de los consejeros con el voto favorable del 99,80%.

El Consejo de Administración y sus Comisiones

Con fecha 31 de diciembre de 2023 el Consejo de Administración está compuesto por 12 consejeros y de estos 4 son mujeres, lo que representa más del 30% del total del Consejo de Administración, todas ellas con la categoría de consejeras independientes. En 2023 la Junta General Ordinaria de accionistas acordó la reelección de siete consejeros: **los tres ejecutivos, una consejera independiente y tres dominicales sin que se haya producido por tanto ninguna modificación en la composición del consejo en 2023.**



Diversidad en los órganos de administración

Siguiendo la práctica recomendada por la CNMV en su Guía Técnica 1/2019 sobre las comisiones de nombramientos y retribuciones, ésta revisa periódicamente la matriz de competencias, que es una herramienta eficaz para determinar las necesidades relacionadas con la composición y perfiles de los órganos de administración, con el fin incorporar (a medida que se produzcan) las novedades relevantes que pueden contribuir a una mayor calidad de la composición del Consejo de Administración.

Atresmedia ha identificado los aspectos propios de la diversidad que presentan un mayor reto social y corporativo en materia de igualdad de oportunidades y no discriminación. **Entre estos, destacan la diversidad de género, la diversidad por grupos de edad, la diversidad por nacionalidad u origen y la diversidad por competencias.** No obstante, en el Grupo no se alcanza el porcentaje de mujeres en el Consejo recomendado por el Código de Buen Gobierno de Sociedades cotizadas (recomendación 15) y así se ha recogido en la revisión de la matriz de competencias, con el fin de que la diversidad de género sea tenida en cuenta en el momento en que se incorporen nuevos miembros.

	Ejecutivos		Dominicales		Independientes		Mujeres	
Consejo de Administración	3	25%	5	42%	4	33%	4	33%
Comisión Delegada	3	50%	2	33%	1	17%	1	17%
Comisión de Auditoría y Control	-	-	2	40%	3	60%	3	60%
Comisión de Nombramientos y Retribuciones	-	-	2	40%	3	60%	3	60%

LA EDAD MEDIA DE LOS CONSEJEROS DEL GRUPO ATRESMEDIA ES DE 64 AÑOS Y EL PORCENTAJE DE ELLOS CON NACIONALIDAD ESPAÑOLA ALCANZA EL 75%

	Por edad	
Menores de 50 años	0	0%
Entre 50 y 60 años	5	41,7%
Entre 61 y 70	4	33,3%
Mayores de 70 años	3	25%
Edad Media	64	-

	Por nacionalidad	
Españoles	9	75%
Extranjeros	3	25%

En cuanto a la diversidad de competencias, la Comisión de Nombramientos y retribuciones ha revisado en 2023 las competencias reflejadas en la matriz con el fin de adaptarlas a las últimas tendencias de gobierno corporativo, a los cambios normativos y a las recomendaciones de los organismos reguladores, incorporando la competencia en ciberseguridad, separando la de finanzas y riesgos para contemplar asimismo los riesgos no financieros, e incluyendo en la competencia de sostenibilidad los conocimientos en medioambiente, Cambio Climático, social-recursos humanos, retribuciones, diversidad, talento, acción social, gobierno corporativo y cumplimiento.

Por otra parte, se ha actualizado también el análisis de las competencias individuales de los consejeros para mejorar su adecuación y clasificación con las referencias utilizadas en la nueva matriz, como se ha expuesto en el párrafo anterior.

Materia	Nº de Consejeros
Estrategia	9
Gestión empresarial	9
Sector (Medios, publicidad, entre otros)	6
Finanzas (Contabilidad, auditoría, entre otros)	9
Riesgos (Financiero y no financiero)	8
Sostenibilidad (Medioambiente, Cambio Climático; Social, recursos humanos, retribuciones, diversidad, talento, acción social; Gobierno corporativo y cumplimiento)	7
Ciberseguridad	2
Experiencia internacional	4

Evaluación de los órganos de gobierno

Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. en línea con la citada recomendación 36ª del CBG y con la Guía Técnica 1/2019 sobre Comisiones de Nombramientos y Retribuciones, realiza



cada tres años la evaluación de los órganos de administración con un asesor externo cuya independencia es verificada por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones para apoyar a la secretaría del Consejo de Administración, al consejo y sus comisiones en la evaluación de su actividad. El resto de los años la misma evaluación se realiza con recursos propios de la secretaría del Consejo de Administración, manteniendo la misma metodología y herramientas de recogida de información (excepto la entrevista personal a los consejeros) con el fin de asegurar la homogeneidad de los datos y la utilidad de la comparación entre distintos ejercicios.

La evaluación se refiere al funcionamiento, calidad y eficiencia del consejo como órgano colegiado, incluyendo también sus comisiones, la diversidad en la composición y competencias del consejo, el desempeño del Presidente, del Vicepresidente, del Consejero Delegado, de la Consejera Coordinadora y de la Secretaría del Consejo, así como al desempeño y la aportación de cada consejero, prestando especial atención a los presidentes de las distintas comisiones del consejo. En el ejercicio 2022, la evaluación se realizó con el asesoramiento de un consultor externo cuya independencia e idoneidad fueron previamente valoradas por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones. Esta evaluación externa dio lugar al informe de evaluación 2022 y, en consecuencia, al Plan de Acción 2023 de cuya ejecución se informa en el IAGC 2023, siendo las principales actuaciones llevadas a cabo las siguientes:

- Mayor dedicación a la estrategia a largo plazo del Grupo y a la revisión del Mapa de Riesgos, aumentando la dedicación del Consejo de Administración a estas materias.
- Celebración de una acción formativa en materia de Ciberseguridad impartida por expertos en la materia.
- Implantación de una herramienta para la gestión digital de las convocatorias y documentación del consejo y sus comisiones, lo que ha permitido incrementar la seguridad en las comunicaciones de información confidencial que habitualmente manejan los órganos colegiados.
- Revisión de la matriz de competencias, redefiniéndolas con el fin de lograr una mayor alineación con las necesidades del Grupo; e incorporando otras nuevas competencias como la ciberseguridad.

En 2023 la evaluación se ha llevado a cabo internamente basándose en documentación societaria, los informes preliminares de actividad del Consejo de Administración y de sus comisiones durante 2023, así como los cuestionarios individuales realizados a los consejeros.

LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO DE ATRESMEDIA Y DE LOS CARGOS INTERNOS DE LOS MISMOS SE REFLEJAN EN UN INFORME ANUAL, APROBADO POR EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, QUE INCLUYE UN PLAN DE ACCIÓN CON PROPUESTAS CONCRETAS DE MEJORA PARA EL EJERCICIO 2024

Funciones del Consejo de Administración

El Consejo de Administración vela para que la Sociedad, en su trato con los distintos grupos de interés, respete la legislación vigente y observe los principios adicionales de responsabilidad social que voluntariamente ha adoptado como suyos, procurando conciliar el propio interés social con, según corresponda, los legítimos intereses de sus empleados, sus proveedores, sus clientes y los intereses de los restantes grupos de interés que puedan verse afectados, así como el impacto de las actividades de la Compañía.

La Comisión de Auditoría y Control supervisa el cumplimiento de las reglas de gobierno corporativo, de los códigos internos de conducta y de la política de responsabilidad corporativa, que incluye cuestiones en materia social y medioambiental.

Esta comisión trasladará por tanto al Consejo de Administración las inquietudes de los grupos de interés de las que tenga conocimiento en el ejercicio de sus competencias, ya sea procedentes del Canal de Consultas y Denuncias -cuya actividad supervisa a través de los informes de actividad del



Comité de Cumplimiento Normativo presentados en la comisión por el Responsable de Cumplimiento- o de otros mecanismos de comunicación establecidos en las políticas corporativas cuyo cumplimiento también supervisa (como la Política de Comunicación de Información Económico-Financiera, No Financiera y Corporativa, la Política de Responsabilidad Corporativa o la Política de Gobierno Corporativo).

En las reuniones del Consejo y sus Comisiones en 2023 se han tratado los siguientes asuntos relacionados con la sostenibilidad (medioambiente, social, gobierno y cumplimiento):

Asuntos ESG	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dec
Informes de actividad del Consejo y sus Comisiones 2022.		●										
Estado de información no financiera 2022 (EINF 2022).		●										
Informe de evaluación externo del Consejo y sus comisiones, así como de sus cargos internos en el ejercicio 2022 y del plan de acción para 2023.		●										
Informe Anual de Gobierno Corporativo (IGC) 2022.		●										
Informe anual de remuneraciones de los consejeros (IRC) del año 2022.		●										
Informe sobre la nueva Política de remuneraciones de los administradores.			●									
Verificación de los indicadores financieros y no financieros vinculados a la retribución variable anual de los consejeros ejecutivos de Atresmedia.		●										
Situación del plan de retribución variable a largo plazo para consejeros ejecutivos y directivos en el ejercicio 2022.			●									
Informe del Responsable de Cumplimiento sobre aplicación del Modelo de Cumplimiento y actividad del Comité de Cumplimiento Normativo y el Comité de privacidad.		●		●		●			●			
Avances en la integración de las dimensiones ASG en Atresmedia 2022. Próximas acciones 2023.				●								
Informe sobre la situación de los RR.HH. en Atresmedia.								●				
Análisis sobre la diversidad del Consejo de Administración y las comisiones de Atresmedia y revisión de la matriz de competencias.								●				
Revisión del mapa de riesgos (entre otros los asociados al cambio climático, ciberseguridad y de naturaleza penal).								●				

7.2 Entorno de mercado

Diferenciación como estrategia clave ante la creciente oferta y demanda de contenidos

El entorno de mercado del sector de medios de comunicación y los mercados en los que opera Atresmedia **son muy dinámicos, cada vez más competitivos y rápidamente cambiantes.**

Por una parte, se está viendo un **aumento en la demanda de contenidos** a nivel mundial impulsado por la proliferación de plataformas de *streaming* tanto financiadas con publicidad (AVOD – *Advertising Video on Demand*) como por suscripción (SVOD – *Suscription Video on Demand*). Este aspecto, combinado con los **cambios en la forma en que los espectadores consumen los medios**, aporta desafíos y oportunidades interesantes para el Grupo. Hasta este momento nunca se habían generado tal cantidad de contenidos y formatos en todos los países.

En este sentido, la demanda de contenidos de calidad sigue siendo fuerte y se espera que durante los próximos años **la oferta de contenido global siga creciendo**, impulsada fundamentalmente por las plataformas de *streaming*.

A pesar del crecimiento de este tipo de plataformas y de que los presupuestos de muchos operadores en abierto y de televisiones de pago se encuentran bajo presión, estos **continúan invirtiendo en sus parrillas** y se espera que sigan siendo los **mayores compradores de contenido del mercado.**

Si bien se espera que el crecimiento de la inversión en contenido procedente de las plataformas de *streaming* se ralentice, todavía continuará creciendo. Esto incluye inversión en todo tipo de



contenidos, incluidas películas y derechos de emisión de eventos deportivos. Además, con una estrategia centrada en **aumentar suscriptores mientras navegan en un contexto desafiante**, las plataformas siguen ofreciendo exclusividad, con contenido original que define la marca, incluyendo un idioma local y un amplio contenido del catálogo con las últimas novedades, con el fin de **satisfacer las expectativas de los suscriptores existentes**.

En particular **la demanda de series de alta calidad ha aumentado significativamente**, con las plataformas invirtiendo cuantías sustanciales para atraer suscriptores, utilizándolo como herramienta de **diferenciación y protagonismo** en un entorno cada vez más competitivo a nivel global. Este aspecto ha aumentado la competencia y los costes en el mercado, particularmente a la hora de atraer y retener talento, impactando en el margen de las series, que generalmente es más bajo que en otros géneros.

Por otro lado, **el consumo se ha fragmentado todavía más** con la entrada de los servicios de suscripción globales como Amazon Prime; los servicios de *streaming* locales como Movistar+; las plataformas para compartir vídeos generados por usuarios como YouTube y TikTok. Además, esta fragmentación también se acentúa con la popularidad de los servicios de *streaming* financiados con publicidad tanto de grandes conglomerados globales, como por ejemplo Pluto TV (ViacomCBS), como de plataformas globales de *streaming* por suscripción como Netflix y Disney+, que lanzan niveles de suscripción 'ad-lite', es decir, con publicidad, pero a un precio menor. La oferta y la disposición de plataformas y opciones de ver contenidos cada vez es más grande y amplia y se estima que en los próximos años se verá una consolidación del mercado.

El comportamiento de los consumidores también está evolucionando y se ha producido una **reducción del número de suscripciones por usuario**. Este fenómeno, impulsado por la contención del gasto en los hogares (tanto en EE.UU. como en Europa, incluyendo a España), ha supuesto un incremento de las ofertas y opciones de plataformas y contenidos financiados con publicidad -AVOD- tanto para consumidores como para proveedores. Además, se prevé que crezca a un ritmo más rápido en los próximos cinco años.

En relación con lo anterior, Atresmedia ya tiene su **propio servicio AVOD** en atresplayer contando también con un paquete básico dentro de su nueva estrategia de paquetes y precios, lanzada en 2023, con el objetivo de crecer en el entorno de la publicidad digital.

Panorama de los medios de comunicación

El aumento del número de plataformas ofrece a los espectadores mayores opciones y flexibilidad sobre qué, cómo, dónde y cuándo ven contenidos. Este aspecto ha impactado significativamente en los hábitos de visualización a nivel mundial, observándose un aumento significativo en la visualización del *streaming* en televisores (particularmente *Smart TVs*), así como en otros dispositivos (como *smartphones*, tabletas y PCs). Sin embargo, esta evolución no es uniforme en todos los grupos demográficos: los espectadores más jóvenes pasan proporcionalmente más tiempo consumiendo contenidos en dispositivos distintos a la televisión, mientras que los grupos demográficos de mayor edad dedican comparativamente más tiempo a la televisión en abierto. La clave actual es que los espectadores puedan ver el contenido **que, donde y cuando deseen**. No obstante, también existen ciertas tendencias donde los espectadores quieren que las plataformas y canales les ofrezcan momentos donde ver los contenidos que más les gustan para cultivar conexiones afectivas.

En España, la visualización de la televisión en abierto sigue siendo muy popular y **alcanza el 61%** de la población diariamente. El uso general del televisor (incluidas TV en abierto, plataformas de *streaming*, YouTube y consolas de juegos) **está disminuyendo, un 0,4% en 2023 a 225 minutos** por persona. Dentro de esto, el número total de horas de visualización de televisión en abierto **han caído un 4,7%** y otros usos del televisor (como en plataformas de *streaming*, YouTube y consolas de juegos) **han crecido un 22,2%**.

En términos de visualización total, independientemente del dispositivo en el que se vea, la televisión en abierto sigue siendo la plataforma más vista, representando **alrededor del 80%** del tiempo medio dedicado a la TV de un individuo en un día, seguido de **plataformas de streaming y YouTube**.



En cuanto al mercado publicitario, desde 2020, ha vivido varios años de complejidad y evolución errática con meses de subida acompañado de meses de bajada y de cierta incertidumbre. En cualquier caso, tanto en 2022 como en 2023 **ha habido un crecimiento del mercado publicitario**, pero no se ha conseguido recuperar los niveles alcanzados en los principales mercados publicitarios en 2019.

En este sentido, cabe mencionar que en España el mercado publicitario continúa creciendo, observándose un **crecimiento del 4%** respecto al año 2022.

La inversión publicitaria en el total medios convencionales, según Infoadex, ha aumentado un 4,1% respecto a 2022, situándose en 5.991,9 millones de euros, la mayoría de los medios han aumentado su inversión respecto a 2022, salvo Cine (-3,2%) y Diarios y Dominicales que presenta una caída del (-5,6%). Por su parte, **la inversión publicitaria en televisión convencional y digital**, mercado principal en el que opera Atresmedia, aumenta en un 2,9%, situando su cifra en 1.850 millones de euros frente a los 1.797,4 millones del año 2022.

Internet, con 118 minutos diarios por persona, (5,2 minutos menos que el año anterior), es el segundo medio en términos de consumo. Atresmedia, de acuerdo con el informe *Comscore* de diciembre 2023, posee la séptima posición **en el ranking de sites** con visitantes únicos por tiempo con 24,6 millones de visitantes, por detrás de gigantes como Google, Facebook, Microsoft o Amazon.

La radio, por su parte, ha sido el tercer medio con mayor consumo diario en 2023, alcanzando los **93 minutos por persona**. Onda Cero, como emisora líder del Grupo, ha alcanzado en 2023 más de 2 millones de oyentes recurrentes durante todo el año, según los últimos datos del EGM (Estudio General de Medios); asentándose como una de las principales emisoras de la radio en España.

La **inversión publicitaria** en radio, incluyendo tanto la radio digital como la convencional, ha aumentado un **5,2%**, respecto a 2022 según ha detallado Infoadex en su último informe.

Por su parte, el digital (incluyendo *search*, *websites*, y publicidad en redes sociales) es la categoría más grande de inversión publicitaria, seguida de la publicidad televisiva (incluidos los canales de pago, las TVs autonómicas, regionales y nacionales en abierto, y la TV conectada), que en conjunto representaron el 76,5% del mercado publicitario en los medios controlados en 2023.

El mercado de los medios de comunicación continúa evolucionando rápidamente, con una creciente demanda global de calidad en el contenido, con cambios en los hábitos de visualización, con un mayor deseo de los anunciantes de llegar a un alcance masivo y con el auge de la publicidad *addressable* basada en data. Atresmedia confía en su capacidad para seguir una estrategia que pueda garantizar la capitalización de las oportunidades y la mitigación de los posibles riesgos de este mercado que se encuentra en constante evolución.

7.3 Modelo de negocio y estrategia

El Grupo Atresmedia está estructurado en torno a cuatro divisiones y negocios: **Audiovisual, Radio, Publicidad y Diversificación**.

A través de la división **Audiovisual**, Atresmedia crea, produce y distribuye contenidos en sus canales de TV lineal, en su plataforma OTT (atresplayer) y en todos sus canales digitales. Destaca por su capacidad de creación de contenidos innovadores, de calidad y de interés, que lleva a cabo con el objetivo de llegar a todos los públicos con independencia del canal o soporte desde el que accedan a los contenidos.

EL OBJETIVO DE ATRESMEDIA ES QUE TODOS LOS ESPECTADORES Y USUARIOS PUEDAN CONSUMIR SUS CONTENIDOS EN EL SOPORTE Y FORMATO QUE PREFIERAN

Dentro de la división **Audiovisual** también se sitúa **el negocio cinematográfico**, que refleja la apuesta del Grupo por la producción de cine español. En 2023, este negocio ha logrado grandes resultados en ingresos y taquilla, convirtiendo a Atresmedia - a través de su productora **Atresmedia Cine** - en la productora española con mayor número de espectadores durante el año, consolidando su posición como el gran productor de cine en España.

En línea con lo anterior, cabe destacar la participación del Grupo en **Buendía Estudios**, fruto del acuerdo estratégico entre Atresmedia y Telefónica para convertirse en la referencia nacional en la creación y producción de contenidos en español. En 2023, Buendía Estudios ha producido gran parte de las principales series y películas españolas para televisión y para plataformas de *streaming*.

Atresmedia opera en el negocio de **Radio** a través de la Sociedad **Uniprex**, contando con 3 cadenas de radio: una generalista, **Onda Cero** y dos musicales, **Europa FM** y **Melodía FM**. Esta línea de actividad, junto con la **Audiovisual**, fundamentan el modelo de negocio de Atresmedia, convirtiéndose en el origen del resto de actividades llevadas a cabo por el Grupo.

El modelo de explotación de las divisiones de negocio anteriormente mencionadas consiste en principalmente en la cesión de espacios publicitarios, que supone la principal fuente de ingresos del Grupo. La cesión y control de estos espacios, así como la relación con los anunciantes, es gestionada por **Atresmedia Publicidad**. Adicionalmente, a través de atresplayer, se reciben tanto ingresos publicitarios como ingresos derivados de la suscripción a la plataforma Premium con los diferentes paquetes existentes - tal y como se describirá más adelante -.

Adicionalmente a los ingresos por publicidad y de otros modelos de explotación del contenido (como las suscripciones a atresplayer o la venta de contenidos a terceros), se suman los derivados de la actividad cada vez más relevante de **Atresmedia Diversificación**, cuyo objetivo consiste en desarrollar **otros negocios no dependientes de la publicidad tradicional**, a través de la gestión de derechos editoriales, el negocio internacional del Grupo Atresmedia o la participación del Grupo en *start-ups*.

Además de las cuatro divisiones principales del Grupo, Atresmedia desarrolla otros negocios que suponen una fuente adicional de ingresos. Este es el caso de Atresmedia Formación, cuyo objetivo principal es usar la experiencia del Grupo y sus profesionales para formar a empresas, estudiantes y trabajadores en competencias comunicativas y audiovisuales.

En este sentido, debido a las diversas y amplias divisiones que comprenden el modelo de negocio de Atresmedia, la cadena de valor se ha sintetizado en dos grandes bloques representados a continuación:

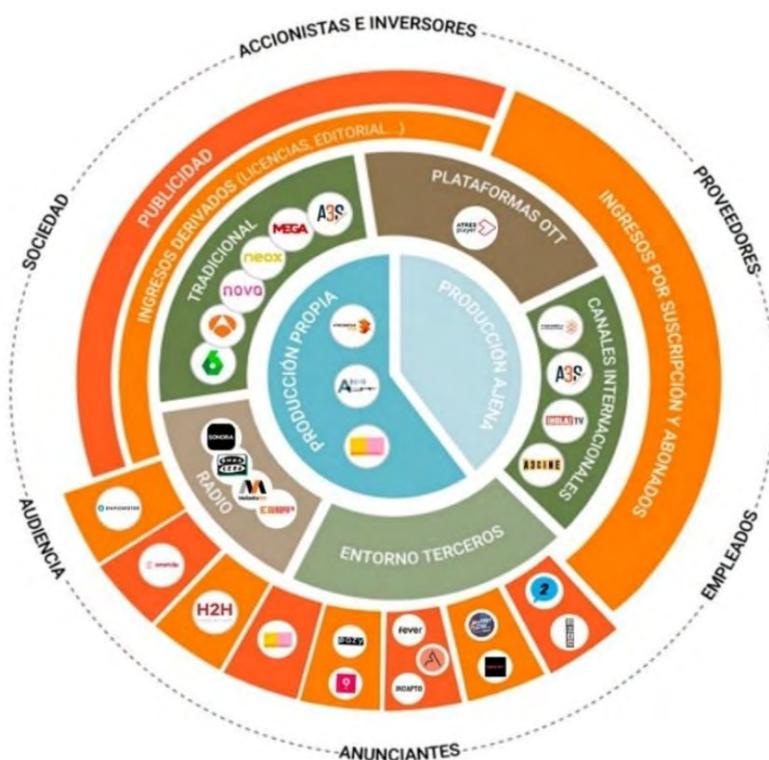
- Cadena de valor del negocio principal:



- Cadena de valor de la línea de negocio Atresmedia Diversificación:



Adicionalmente, las líneas de negocio se han detallado en la siguiente gráfica:



Por último, cabe mencionar que la actividad de Atresmedia no se centra únicamente en hacer balance de los resultados económicos y operativos, ya que uno de los aspectos más reconocidos del Grupo es su labor de sensibilización y contribución a la sociedad. Tras una larga trayectoria en el desarrollo de iniciativas que buscan realizar una contribución positiva a la sociedad, el Grupo cuenta en la actualidad con la labor de la Fundación Atresmedia, el programa de Voluntariado Corporativo, la divulgación de campañas sin costes de ONG, así como las campañas corporativas propias para la concienciación de la sociedad.

Estrategia 2023

El ejercicio 2023 ha sido un año muy positivo para Atresmedia en términos de resultados y métricas en todas sus líneas de negocio, y en particular en la TV lineal donde se ha conseguido un liderazgo absoluto con una gran diferencia respecto a sus competidores en términos de audiencia, tanto en todos los canales como a nivel de Grupo (con una cuota de pantalla total del 26,8%). En este sentido, destacan especialmente los programas informativos de Antena 3, que acumulan más de 27 meses de liderazgo en audiencia en todas sus franjas y espacios informativos.

ATRESMEDIA ACUMULA MÁS DE 2 AÑOS DE LIDERAZGO ABSOLUTO EN AUDIENCIA EN TV LINEAL, RESULTADO DE UNA APUESTA POR UN MODELO DE TV DE CALIDAD, FAMILIAR E INCLUSIVO.

Como referente de contenido de calidad, Atresmedia ha continuado apostando por el contenido como core del negocio, dando respuesta a la demanda de su audiencia, tanto a nivel nacional como internacional, a través de su plataforma atresplayer. En 2023 ha conseguido un **número récord de abonados desde su lanzamiento con casi 600.000 abonados**, gracias a su apuesta por contenidos de carácter nacional de calidad y diferenciales siendo el héroe local del negocio de streaming en competencia con las grandes plataformas internacionales. Derivado de lo anterior, hace que miles de suscriptores apuesten por atresplayer como su plataforma de confianza. A su vez, la plataforma de atresplayer se ha visto transformada con **un nuevo diseño, una tecnología de vanguardia y más funcionalidades que mejoran la experiencia del usuario**. Este año se ha producido un cambio notable en la oferta de dicha plataforma, cuyo cambio de estrategia se basa en 3 pilares:

		
<p>La apuesta por un contenido 360° distribuido en diferentes pantallas y formatos con una estrategia de optimización de los contenidos y las ventanas de distribución.</p>	<p>La transformación de Atresplayer Premium en atresplayer para aglutinar toda la oferta a la carta de Atresmedia. Esto ha permitido unir toda la oferta de contenidos digitales en una única marca, permitiendo la unión de la propuesta <i>Advertising Video on Demand (AVOD)</i> con <i>Suscription Video on Demand (SVOD)</i> para ofrecer la mejor oferta de contenidos a los usuarios y los suscriptores.</p>	<p>El lanzamiento de 3 nuevas ofertas de suscripción para los usuarios:</p>
		<div style="background-color: #FFC000; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Plan Básico</div> <div style="background-color: #FF8C00; padding: 5px; margin-bottom: 5px;">Plan Premium</div> <div style="background-color: #FF4500; padding: 5px;">Plan Familiar</div>

La apuesta del Grupo por su negocio digital también se refleja en sus múltiples webs de contenido, que cuentan con más de 24,6 millones de visitantes únicos y convierten a Atresmedia en uno de los principales *publishers* en España en términos de esta métrica.

En 2023, cabe destacar **la innovación mundial desarrollada por Atresmedia Publicidad en cuanto a la medición de los impactos publicitarios**. Se ha sustituido el clásico GRP (Gross Rating Point) para medir los impactos publicitarios en TV por parte de los anunciantes al CPM (Coste por Mil). Este cambio ha supuesto una auténtica revolución puesto que supone que la televisión lineal se mida con las mismas métricas y parámetros que la publicidad digital en cualquier formato y permita medir mejor todos los impactos publicitarios que cualquier campaña tiene, con independencia de donde y como se vean. Además, junto a este cambio histórico del sistema de medición se ha conseguido cambiar el formato de los anuncios de TV- principalmente en el programa estrella de Atresmedia, El Hormiguero- para mostrar anuncios en TV con el formato digital y en un único corte. Es un cambio radical y totalmente innovador en la publicidad en TV y marca un claro avance en el negocio de la TV lineal. De esta forma conseguimos convertir segundos lineales en impresiones digitales

En esta línea, escalar sus capacidades de **publicidad addressable** ha sido otra prioridad de Atresmedia, aprovechando el *know-how* digital, en data y analítica del Grupo. Atresmedia, en su apuesta por nuevas formas publicitarias y en su posición vanguardista en el desarrollo tecnológico de productos publicitarios, ha liderado la transición digital de la televisión y ha desarrollado un nuevo segmento de publicidad conectada que permite ofrecer una oferta tanto de contenidos como publicitaria más ajustada a los intereses de cada uno de los usuarios con los que cuenta el grupo.



LA COMPAÑÍA HA LIDERADO LA TRANSICIÓN DIGITAL DE LA TELEVISIÓN Y HA DESARROLLADO UN NUEVO SEGMENTO DE PUBLICIDAD CONECTADA QUE PERMITE NUEVOS FORMATOS Y MÁS INFORMACIÓN DE LOS USUARIOS

En cuanto al **negocio publicitario** cabe destacar la positiva contribución de empresas invertidas por Atresmedia en los resultados del Grupo. Ejemplo de ello es **Smartclip**, principal red de publicidad digital de España, que gestiona más de 70 soportes y ofrece soluciones con valor diferencial de publicidad digital basadas en la tecnología. Adicionalmente, cabe destacar la contribución de **H2H**, participada del Grupo en el sector del marketing de *influencers*, que, gracias a su posicionamiento diferencial con los clientes en calidad y transparencia, se ha convertido con el paso de los años en el líder de este sector en crecimiento con una cuota superior al 30%. En este sentido, Atresmedia ha continuado su apuesta por el sector de marketing de *influencers* con su inversión minoritaria en la agencia **boutique Digital Marketing for Humans (DM4H)**, principalmente presente en los sectores de belleza y consumo. Dicha agencia comparte con H2H y Atresmedia sus principales valores diferenciales, y entre sus clientes figuran varias de las principales marcas nacionales e internacionales, cuya estrategia digital gestionan mediante marketing de *influencers*, diseño de la estrategia de *social media* y creación de contenido para sus redes sociales.

En cuanto al negocio de **Radio**, Atresmedia ha conseguido mantener su cuota de inversión en publicidad desde el año 2017 con un rendimiento superior al de la competencia, siendo el grupo de radio en España con más rentabilidad acumulada gracias a una estrategia de costes optimizada y una eficiencia en todos sus contenidos. En este ejercicio 2023 varios de sus principales programas han incrementado su audiencia **gracias a la apuesta diferencial de contenidos de calidad y para todo tipo de públicos**.

Atresmedia Diversificación es otro de los pilares clave de los negocios del Grupo, se encarga del desarrollo de los negocios no dependientes de la publicidad tradicional y que hoy en día suponen una aportación sustancial al EBITDA del Grupo y creciente cada año. Desde esta división, se desarrolla el negocio internacional que contribuye a la expansión de la marca y los contenidos de Atresmedia a nivel global, alcanzando los **58,2 millones de abonados en canales internacionales** y contando con atresplayer Internacional, que ofrece un catálogo de contenidos a sus suscriptores fuera de España. En esta línea de negocio también se engloba el negocio **Media for Equity**, sociedad que ha ampliado su *portfolio* en 2023, destacando la actividad de la empresa **Fever** que tras su última ronda de financiación obtuvo una valoración que supera los 1.800 millones de dólares y de la que Atresmedia es el principal inversor. En el ejercicio 2023, el Grupo ha desarrollado una estrategia de consolidación e inversión en alguna de las sociedades participadas en **Media for Equity**, como en el caso de **Waynabox** (empresa líder en viajes sorpresa), de forma que estas se integren en los negocios del Grupo y puedan ser escalables. En este sentido, cabe mencionar que, gracias al apoyo estratégico del Grupo, Waynabox ha multiplicado por 2 sus ingresos y, por tanto, ha demostrado el éxito de esta estrategia.

A su vez, la estrategia de Atresmedia Diversificación ha estado enfocada a la inversión en **startups de la Silver Economy**, economía que gira en torno a la población entre 50 años y 70 años. Con este objetivo, Atresmedia cuenta con inversiones en *start-ups* relacionadas: Cuideo, Durcal y Pensium; y lanzó, bajo el modelo de *Corporate Venture Building*, Pazy Digital Ventures con el objetivo de disrumpir el sector funerario ofreciendo una nueva experiencia completamente digital.

En este contexto, Atresmedia **ha continuado la búsqueda de líneas estratégicas que ayuden a captar al público de Generación Z**, que diversifican su atención y sus fuentes de entretenimiento e información. Para ello, en 2022 se creó la empresa **CTK**, especializada en la organización de torneos de *eSports*, experiencias *gaming* y *eSports* en general. En 2023, **CTK** ha lanzado su primer torneo *Warmup Arena* con apoyo del Grupo Santander, en miras de convertirse en la plataforma de *eSports amateur* líder en España. Asimismo, cabe destacar el acuerdo alcanzado en 2023 con la empresa **Ac2ality**, líder en información y en actualidad en la Generación Z, **con más de 5 millones de seguidores en Redes Sociales**. Su principal característica es ofrecer un formato nuevo, con una narrativa propia, capaz de contar la actualidad en 1 minuto y explicar noticias complejas con un lenguaje coloquial y propio de esta generación.

ATRESMEDIA HA SEGUIDO REFORZANDO SU APUESTA POR CONTENIDOS PARA LA GENERACIÓN Z A TRAVÉS DE SU PARTICIPACIÓN EN LA EMPRESA AC2ALITY, LÍDER EN INFORMACIÓN Y ACTUALIDAD

Adicionalmente, la Compañía ha seguido apostando por empresas innovadoras mediante la renovación del acuerdo estratégico con **Lanzadera** para impulsar la innovación corporativa en el sector audiovisual y de entretenimiento a través del ecosistema de *startups*. Asimismo, en 2023 se ha conseguido evaluar a más de 20 *startups* innovadoras que aportan soluciones a los retos definidos por Atresmedia, particularmente en las áreas de digitalización y automatización de contenidos.

Como resultado de todas estas actividades y negocios, el Grupo ha podido superarse y **crecer**, logrando un **mayor desempeño** frente al desempeño de otros actores del mercado, destacando por **sus resultados**, a pesar de la **difícil coyuntura económica existente**. El sector de los medios de comunicación y la generación de contenidos se está transformando. En este sentido, gracias al desarrollo de una diversidad de negocios y a su decidida apuesta por una oferta de contenidos de calidad (en cualquier formato y soporte) y para cualquier usuario, Atresmedia está consiguiendo hacer frente al deterioro que otros grupos y sectores están teniendo como por ejemplo la prensa y las revistas. La transformación de sus negocios ha permitido mejorar sus resultados año tras año y ser el grupo de comunicación líder en España.

Este desempeño y rendimiento se ha traducido en **un margen de EBITDA del 17,8%**. Esta cifra es el resultado de una optimización de costes y generación de nuevos ingresos, así como del aumento de la cuota de audiencia que ha posicionado a Atresmedia como líder absoluto del mercado publicitario.

Durante más de cuatro años, Atresmedia ha contado con un plan estratégico que ha servido de guía para potenciar y defender el negocio tradicional y la transformación de sus negocios (incluso durante la pandemia) y que ha llevado al Grupo a conseguir notables éxitos y resultados significativos en este periodo. En este sentido, cabe destacar que en 2023 se produjo una revisión de los objetivos y proyectos estratégicos, con el fin de acomodarlos y ajustarlos a la evolución de los negocios y de los mercados y sectores en los que opera el Grupo. En este proceso han participado todas las áreas de negocio y multitud de profesionales del Grupo y gracias a ellos se han podido revisar las principales prioridades estratégicas que se resumen a continuación:



<p>MAXIMIZAR EL VALOR DE NEGOCIOS TRADICIONALES</p>	<p>La televisión lineal y la radio como negocios tradicionales del Grupo han mantenido su relevancia entre audiencia y anunciantes. El objetivo será optimizar y mejorar continuamente estos negocios, con el fin de optimizar el uso de los activos y capacidades disponibles dentro del Grupo, así como mejorar su posicionamiento y rentabilidad en los negocios tradicionales.</p> <p>Gracias a sus activos, tanto tangibles como intangibles, y basado en estas capacidades y el talento disponible dentro del grupo (Tanto en sus trabajadores como en todos los presentadores y colaboradores y creadores de contenidos), Atresmedia será capaz de seguir siendo relevantes y líderes en estos negocios.</p>
<p>POTENCIAR LOS NEGOCIOS DIGITALES</p>	<p>Atresmedia apuesta desde hace varios años por sus negocios digitales siendo una ventana de distribución de contenidos y de generación de publicidad cada vez más relevante. Por ello, Atresmedia busca reforzar su apuesta estratégica por los negocios digitales, tanto los basados en publicidad como los basados en suscripción. Además, cuenta con un ambicioso plan de crecimiento en los próximos años, tanto en los negocios digitales actuales como en los nuevos negocios, que desarrollará en</p>
<p>LIDERAR EN GENERACIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES</p>	<p>Atresmedia considera que la clave del éxito y del futuro de todos los negocios del Grupo es la capacidad de creación de contenidos de calidad y para todos los públicos. Para ello, apuesta por tener las mayores capacidades y talentos que contribuyan a generar contenidos internos y externos, a través de acuerdos y participaciones en varias de las principales productoras independientes del país. Asimismo, dispone de canales y formatos tradicionales y también de diversos y nuevos formatos digitales y para Redes sociales.</p> <p>En este sentido, Atresmedia confía en ser capaz de llegar a cualquier usuario, con independencia de donde se encuentre y por el canal y dispositivo por el que acceda a ver cualquiera de sus contenidos. Para ello, considera a que a través de la generación de contenidos y marcas de éxito será capaz de conectar con cualquier usuario en cualquier plataforma propia o de terceros.</p>
<p>PROFUNDIZAR LA DIVERSIFICACIÓN DEL GRUPO</p>	<p>Atresmedia ha mantenido su estrategia de diversificación de negocios y, por lo tanto, de sus fuentes de ingresos. Esta estrategia ha tenido un éxito notable en los últimos años. El objetivo es profundizar en esta diversificación para encontrar y desarrollar, tanto de forma orgánica como de forma inorgánica, nuevos negocios diferentes a los actuales que permitan diversificar sus fuentes de ingresos, siendo capaces de tener un conjunto de negocios diversos que aseguren la continuidad y expansión del Grupo en el futuro. Este pilar se centra en la obtención de ingresos no dependientes de la publicidad, así como profundizar en la expansión internacional.</p>
<p>ACCELERAR LA TRANSFORMACIÓN DEL GRUPO</p>	<p>Desde hace años, Atresmedia ha desarrollado diversos planes y proyectos de transformación con el objetivo de ser más flexibles y eficientes gracias a la tecnología y a una mejora continua de los procesos. El objetivo es acelerar esta transformación puesto que los cambios son cada vez más rápidos y profundos, ante los cuales el Grupo y los negocios deben estar preparados. Atresmedia promueve una transformación continua, pero profundizará en esta transformación con el desarrollo de diversos proyectos.</p> <p>En este sentido, uno de los principales cambios y palancas de transformación será la Inteligencia Artificial (IA) generativa donde, se espera que tenga un gran impacto en todos los sectores y negocios en los que opera el Grupo, tanto en la parte de generación de contenidos (vídeo, texto, audio) como en la parte corporativa, transformando y simplificando muchas tareas y de poco valor añadido. Atresmedia busca desarrollar y llevar a cabo diversos proyectos y acciones con IA próximamente.</p>

Un año más, y a medida que continúa la evolución de la estrategia, el Grupo ha revisado los KPIs estratégicos que permiten medir el desempeño y garantizar que siguen siendo apropiados para el negocio y las prioridades fijadas.



Los siguientes KPIs alinean el desempeño y responsabilidad con las prioridades estratégicas de Atresmedia:

KPI'S	2022	2023
Share de audiencia TV	27,2%	26,8%
Power Ratio	1,52	1,56
Evolución coste/GRP (2022) /CPM (2023) Atresmedia (€) ⁷	838	2,36
Share audiencia Atresmedia Radio años móviles	12,3%	12,1%
Share audiencia Atresmedia radio oleadas	12,1%	12,1%
Share de inversión Radio	0,173	17,1%
Ingreso por oyente. Trimestre	25,7	26,5
% Producción propia Vs Total programación (Ponderado por la audiencia)	62,1%	64%

KPI'S	2022	2023
Nº UU promedio Total Grupo (MM) (ComScore)	26,3	25,5
Nº páginas vistas total Grupo solo PC (MM) (ComScore)	58,3	55
Nº páginas vistas total Atresplayer solo PC (MM) (ComScore)	9,5	9
% de ingresos internacionales	3%	2,7%
Nº abonados canales Atresmedia (MM)	63	58,2
% ingresos negocio no tradicional	19,7%	22,9%
Número de participadas M4E	21	25

Grupo Atresmedia: un modelo de gestión basado en datos

Gracias a la apuesta del Grupo Atresmedia por un modelo de gestión basado en datos, el área de *Data & Analytics* ha contribuido a que la información sea un elemento clave en la toma de decisiones a nivel corporativo.

A lo largo de 2023, diversos factores del sector han desencadenado en una serie de desarrollos internos importantes cuyo objetivo ha sido minimizar el impacto desde un punto de vista económico. En primer lugar, a nivel regulatorio, la **entrada en vigor de una nueva ordenación jurídica** respecto a los consentimientos de los usuarios en el entorno digital. En segundo lugar, **los movimientos de la industria de contenidos hacia modelos de suscripción y publicidad a precios inferiores** han provocado un replanteamiento de todos los actores del mercado de creación de contenidos. Y, en tercer lugar, **la explosión de los modelos de Inteligencia Artificial (IA) y su uso en empresas cada vez más extensivo**. Todos estos aspectos han servido para definir los principales retos del año 2023 y la hoja de ruta de los desarrollos llevados a cabo el último periodo.

En este sentido, el proyecto más ambicioso que ha afrontado el Grupo en 2023 ha sido la búsqueda e implantación de una alternativa al DMP (*Data Management Platform*), **para segmentar y ofrecer publicidad basada en datos que puedan proporcionar autonomía al equipo comercial, con el fin de ofrecer a los anunciantes los targets que requieran**. En este contexto, surge la necesidad de dar respuesta a un entorno de *digital cookieless* y a la incorporación de **HbbTV** al ecosistema de segmentación y activación publicitaria.

Tras varios meses de análisis exhaustivo de alternativas, Atresmedia ha conseguido implementar con éxito un sistema mixto, compuesto por un entorno de *data warehouse* y una herramienta no SQL de segmentación. **Gracias a este sistema, el equipo comercial dispone de toda la información necesaria para crear segmentos actualizados diariamente y un sistema automatizado de envío a los activadores publicitarios para la emisión de los anuncios**, tanto en el ecosistema digital como en HbbTV.

⁷ En 2022 y 2023 este dato no es comparable debido al cambio en la unidad de venta de publicidad que pasa de coste/GRP a CPM.



Asimismo, y como respuesta al segundo aspecto mencionado anteriormente, se ha adaptado y añadido al *reporting* la nueva oferta de suscripción *Premium Familiar* de la plataforma de contenidos de atresplayer. Sus nuevas funcionalidades, como la creación de perfiles de consumo, han requerido un cambio profundo en las tablas y en los modelos de datos.

La búsqueda constante de la optimización y mejora de la plataforma de datos de Atresmedia ha llevado a acometer una auditoría de *Amazon Web Services (AWS)*. El objetivo de esta auditoría ha sido la adaptación del entorno *cloud* a las nuevas ofertas de arquitectura de *reporting*, la orquestación de procesos y el gobierno del dato. Las conclusiones de dicha revisión van a ayudar al Grupo a realizar cambios necesarios e importantes durante la primera mitad de 2024.

Tal vez el reto más complejo e ilusionante en el ámbito analítico y de modelización de datos ha sido el entendimiento de las nuevas herramientas de IA generativa y el impacto que ésta puede tener en el negocio. La evolución exponencial de estos modelos y los desafíos que suponen han llevado a la creación de un grupo de trabajo, en el que el área de *Data & Analytics* va a tener una implicación determinante para toda la Compañía en los próximos años.

En definitiva, tras años de consolidación del *Big Data* como respuesta a las necesidades analíticas avanzadas de la Compañía, el año 2024 se afronta con el objetivo de consolidar un modelo de gestión basado en los datos que dará respuesta a los retos de la industria, siendo la analítica de datos el eje principal de la toma de decisiones.

7.3.1 Líneas de actividad

Atresmedia es el grupo líder de comunicación en España, la única compañía audiovisual con posiciones clave en todos los sectores en los que opera: televisión, radio, internet, cine, producción para terceros, entre otras, a través de sus marcas insignia: Antena 3, laSexta, Onda Cero, Europa FM, atresplayer, etc. De este modo, Atresmedia ha desarrollado su estrategia a través de distintas divisiones: **Atresmedia Audiovisual** (con sus 6 canales de televisión: Antena 3, laSexta, Neox, Nova, MEGA y Atreseries, así como su plataforma atresplayer, y la producción y el negocio cinematográfico); **Atresmedia Radio** (Onda Cero, Europa FM, Melodía FM), **Atresmedia Publicidad** (dedicada a la explotación publicitaria y comercial) y **Atresmedia Diversificación** (actividades y negocios no dependientes de la publicidad).

7.3.1.1 Atresmedia Audiovisual

Dentro del negocio audiovisual del Grupo, se puede diferenciar entre **Atresmedia Televisión** con sus seis canales de televisión lineal; la plataforma de contenidos **atresplayer**, el negocio cinematográfico ejecutado a través de **Atresmedia Cine**, y así como las producciones audiovisuales de Buendía Estudios, empresa participada por el Grupo.

El año 2023 ha sido un año de consolidación del éxito del negocio audiovisual de Atresmedia que ha reinado en todos sus formatos:

- En el negocio televisivo Antena 3 ha acumulado dos años seguidos de liderazgo sobre su competidor.
- atresplayer ha superado los 600.000 abonados y ha terminado el año alcanzando los 28,71 millones de visitantes únicos y manteniéndose líder sobre su competidor.
- Atresmedia Cine ha liderado por quinto año consecutivo la taquilla del cine español con más de 19 millones de euros recaudados.
- Buendía Estudios ha sumado un foco específico de trabajo en las Islas Canarias, a través Buendía Estudios Canarias, y otro en el País Vasco con Buendía Estudios Bizkaia.

Atresmedia Televisión

La apuesta por un modelo de televisión socialmente sostenible

Atresmedia Televisión es una de las principales líneas de actividad y fuente de ingresos del Grupo Atresmedia. A través de sus **6 canales de televisión**, pone a disposición del público una oferta de

información y entretenimiento **diversa, innovadora y de calidad** que garantiza, además, un espacio seguro y atractivo para sus principales clientes: audiencia y anunciantes.

ATRESMEDIA TELEVISIÓN, GRUPO LÍDER DE 2023 POR 2º AÑO CONSECUTIVO Y CON LA MAYOR DISTANCIA HISTÓRICA FRENTE A SU PRINCIPAL COMPETIDOR

Atresmedia Televisión apuesta desde hace años por **un modelo de televisión socialmente sostenible** que promueve el espíritu crítico, lucha contra la desinformación, da voz a las minorías y fomenta el pluralismo y la diversidad. Este atractivo ha hecho que Atresmedia Televisión haya liderado 2023 con la mayor distancia histórica con su competidor, gracias a un modelo de televisión basado en la variedad de contenidos, los formatos de entretenimiento de más éxito, el más diverso y completo catálogo de ficción y los informativos mejor valorados que le han llevado a conquistar, un año más, la **triple corona de las audiencias** con los siguientes hitos:

- Atresmedia Televisión vuelve a consolidarse, por segundo año consecutivo, como el grupo de comunicación líder de audiencia, pese a contar con una canal menos que su competidor.
- Antena 3 se mantiene como la cadena de televisión más vista, acumulando dos años completos de liderazgo absoluto sobre su rival.
- laSexta termina el año imponiéndose en audiencia sobre su principal rival por 11º año consecutivo.

2023 ha sido además un año de grandes reconocimientos al trabajo del Grupo. Sus contenidos, su rigor, su profesionalidad y su compromiso con la actualidad informativa se han visto avalados por entidades internacionales de alto prestigio. Ejemplo de ello es que Atresmedia ha sido reconocida por **la prestigiosa revista norteamericana Newsweek como una de las empresas más confiables del mundo**. La Compañía corrobora de esta forma el éxito de su modelo y se consolida como una de las empresas españolas con mayor proyección y reputación a nivel internacional.

ATRESMEDIA, ES ELEGIDA POR LA REVISTA AMERICANA NEWSWEEK COMO UNA DE LAS EMPRESAS MÁS CONFIABLES DEL MUNDO, SIENDO LA ÚNICA EMPRESA ESPAÑOLA DESTACADA EN EL SECTOR DE MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO

Además, Atresmedia Televisión ha repetido como el referente informativo en España y líder entre sus competidores en credibilidad y confianza, según el prestigioso **Informe Digital News Report 2023 de Reuters Institute y la Universidad de Oxford**. Según este estudio, Antena 3 mantiene la posición como la cadena de televisión con mayor índice de confianza (51%), mientras que laSexta es la segunda cadena privada más confiable para el público (42%).

Por su parte, el tradicional Estudio de **Imagen Personality Media**, sitúa por décimo año consecutivo a Antena 3 como la televisión mejor valorada de España, liderando **10 de las 11 categorías analizadas**. A su vez, laSexta **ha alcanzado su posición más alta desde octubre de 2020**, siendo la tercera cadena privada más vista en España y **la segunda cadena preferida por el público**.

Gracias a la diversidad de contenidos, la programación variada, la calidad de los informativos y la apuesta por las series y los grandes formatos de entretenimiento, las excelentes cifras de audiencia se han mantenido en las franjas horarias de mayor consumo.

A esta diversidad de contenidos se une el esfuerzo de Atresmedia por ofrecer un servicio televisivo que apueste por la accesibilidad de los contenidos audiovisuales, el desarrollo de la alfabetización mediática e informacional (AMI), y la protección de los más vulnerables, poniendo especial atención a la protección de la infancia. Todo ello ha contribuido a que Atresmedia Televisión siga siendo el medio de comunicación líder en España y el preferido entre los espectadores.

Resultados basados en audiencias históricas

Atresmedia cierra en 2023 un gran balance para su historia. El Grupo ha aumentado su dominio en las audiencias de televisión en España, alcanzando unos resultados históricos en todas sus cadenas y cerrando el año con el **26,8% de cuota de pantalla y más de 18,2 millones de espectadores únicos al día**.

El trabajo realizado por Atresmedia Televisión este último año ha estado basado en **grandes éxitos ya consolidados** de la televisión de nuestro país como son *El Hormiguero 3.0.*, *Pasapalabra*, y *Tu cara me suena* o el liderazgo absoluto en la mañana de *Aruser@* que logra por 6º año consecutivo su récord histórico en cuota de pantalla. Asimismo, este trabajo se ha complementado con la organización de acontecimientos televisivos de gran envergadura informativa como *Cara a Cara. El Debate*, el único celebrado entre los dos principales candidatos a la presidencia del Gobierno, Pedro Sánchez y Alberto Núñez Feijóo. Este debate fue visto por el 46,5% de la audiencia: 1 de cada 2 espectadores, y por más de 5,9 millones de espectadores (5.910.000), convirtiéndose en la emisión no deportiva más vista del año, pese a emitirse en pleno verano (10 de julio).

Canal	Share	Hito
Antena 3	13,30%	<ul style="list-style-type: none"> - Aumenta en 2023 su reinado en audiencias y consigue liderar todos los meses de principio a fin de año, logrando la mayor distancia con su principal competidor en 27 años, casi +3 puntos. - Encadena 26 meses consecutivos de liderazgo y arrasa en <i>Prime Time</i> (14,5%), líder por tercer año consecutivo. Antena 3 es el canal más visto en el 86% de los días de 2023 y logra el 91% de las 500 emisiones más vistas del año. - <i>Antena 3 Noticias</i> cierra en 2023 como los informativos líderes por 6º año consecutivo. Logran la mayor distancia de la historia con su inmediato competidor. - <i>Y ahora Sonsoles</i> reina en la tarde siendo líder todos los meses del año. - Antena 3 es la cadena que logra más espectadores únicos, con más de 12 millones de media cada día de 2023.
laSexta	6,30%	<ul style="list-style-type: none"> - Crece y encadena 11 años de liderazgo sobre su rival ampliando ventaja (+1,1 puntos). - Mantiene su posición como la 2ª cadena privada con más espectadores únicos, superando los 9,5 millones de media cada día en el año. - <i>Aruser@s</i> bate por 6º año su máximo histórico y consolida su liderazgo en la mañana con la mayor distancia histórica frente a sus competidores. - El especial <i>Al Rojo Vivo Objetivo La Moncloa: Los resultados, Lo de Évole, El Intermedio</i>, y <i>laSexta Noticias</i> son los contenidos más vistos del canal en 2023. - <i>Jugones</i> crece y alcanza su máxima cuota histórica en 2023, por 2º año consecutivo.
Nova	2,00%	<ul style="list-style-type: none"> - Logra ser la cadena femenina líder de lunes a viernes. - Consigue el mejor estreno de una ficción en temáticas con <i>Doctor Ali</i> (3,1% de share).
Neox	2,00%	<ul style="list-style-type: none"> - Crece 2 décimas hasta obtener su mejor dato en 3 años, y sigue destacando tanto en <i>target</i> comercial como en el público entre 13 y 44 años.
MEGA	1,50%	<ul style="list-style-type: none"> - Firma su mejor resultado en 3 años y <i>El Chiringuito de Jugones</i> sigue siendo su contenido más visto.
Atreseries	1,80%	<ul style="list-style-type: none"> - Al igual que el año pasado, el dato de share supone el mejor de su historia, y vuelve a ser la temática de nueva creación líder desde su nacimiento.

Antena 3: líderes por 2º año consecutivo en entretenimiento e informativos

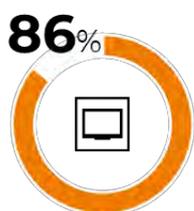
Antena 3, gracias a su sólida programación, **ha sido la cadena líder de audiencia en 2023** (13,3%), encadenando 26 meses consecutivos de liderazgo hasta diciembre, logrando su mejor racha histórica. Este modelo televisivo ha llevado a la cadena a conseguir de nuevo **los informativos, los programas y las series más vistas de la televisión en el año**. Igualmente, Antena 3 ha sido la cadena que ha logrado más espectadores únicos, con más de 12 millones de media cada día y la más vista en



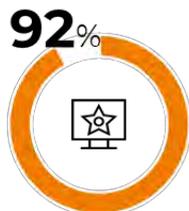
las franjas de mayor consumo. Además, ha crecido en el número de jornadas que ha sido líder con la emisión más vista el 92% de días y se ha convertido en la reina absoluta del minuto de oro.

LIDERAZGO ABSOLUTO DE ANTENA 3 EN 2023:

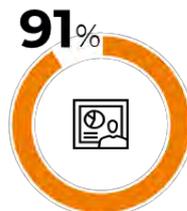
Antena 3 lidera el 86% de los días de 2023



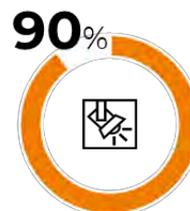
El 92% de los días logra la emisión más vista de la jornada



Consigue 91% de las 500 emisiones más vistas



Antena 3 logra el 90% de los minutos de oro



Los Informativos de Antena 3, por su parte, encadenan seis años consecutivos como los informativos líderes, su mayor racha histórica de liderazgo, consiguiendo en 2023 la mayor distancia de la historia frente a su competidor directo. Estos hitos son posibles gracias al periodismo de calidad, riguroso, responsable e independiente que ofrece la cadena, cuyas cuatro ediciones son las más vistas de la televisión.

ANTENA 3 ENCADENA 26 MESES CONSECUTIVOS DE LIDERAZGO Y LOGRA LA MAYOR DISTANCIA CON SU COMPETIDOR DIRECTO EN 27 AÑOS

La cadena también logra emitir los programas más vistos de la televisión: *El Hormiguero 3.0.*, *Tu cara me suena*, *El Desafío* y *Pasapalabra* y ha acaparado el *top ten* de los formatos de entretenimiento más vistos con éxitos como *La ruleta de la suerte* o *Mask Singer: adivina quién canta*. A estos programas también se suma *Y ahora Sonsoles*, que mantiene su fidelidad intacta y continúa líder en la tarde. En el terreno de la ficción, Antena 3 también es líder en 2023 con las series más vistas de la televisión copando, igualmente, el *top ten* con hasta siete producciones: *Tierra amarga*, *Hermanos*, *Secretos de familia*, *Cristo y Rey*, *Heridas*, *Pecado Original* y *Amar es para siempre*, siendo esta última la serie nacional más vista de las tardes. Este éxito se consolida gracias a su férreo compromiso con la ficción original de calidad y por apostar, un año más, por los grandes fenómenos internacionales.

laSexta: undécimo año líder sobre su competidor

Manteniéndose fiel a las señas de identidad que han definido a la cadena desde su integración hace 11 años en Atresmedia, como son **la vocación informativa, el compromiso con la sociedad y el entretenimiento mordaz**, laSexta ha vuelto a ser la tercera cadena privada más vista de 2023, encadenando desde dicha integración el liderazgo sobre su rival. Asimismo, el número de espectadores únicos que ha conseguido en el año 2023, con una media de más de 9,5 millones, supone una imposición no sólo sobre su rival directo, sino también sobre la principal cadena del grupo competidor.

En 2023 cabe destacar el liderazgo absoluto en la mañana de *Aruser@s*, que logra por 6º año consecutivo su récord histórico en cuota de pantalla, así como la mayor distancia de la historia con su competencia. También se ha vuelto a demostrar la fuerza informativa de laSexta desde *laSexta Noticias*, que se sitúa entre los programas más seguidos diariamente de la cadena y cuyas emisiones más vistas en 2023 han sido *Cara a Cara* (2,7 millones de espectadores y 21,4% de cuota) y el especial *Al Rojo Vivo Objetivo La Moncloa: Los resultados* (1,8 millones de espectadores y 13,4% de cuota). Además, *Lo de Évole* ha vuelto a ser el programa más visto, por 4ª ocasión consecutiva, y *Al Rojo Vivo*, el contenido de mayor aportación a la cadena.

LASEXTA ENCADENA 11 AÑOS DE LIDERAZGO SOBRE SU RIVAL, IMPONIÉNDOSE POR 30º MES CONSECUTIVO

Cadenas temáticas: consolidando su posición en el mercado

Las **cadenas temáticas de Atresmedia Televisión** (Nova, Neox, MEGA y Atreseries) **han obtenido su mejor dato** desde 2020 con una cuota de pantalla conjunta del 7,3%, **reforzando su posición en el mercado** con su programación orientada a un público concreto. En este sentido, destaca el posicionamiento de Nova como cadena femenina líder de lunes a viernes y en su franja de novelas, con una cuota de pantalla del 2%.

Por su parte, MEGA ha logrado su mejor dato anual en 3 años con una cuota de pantalla del 1,5% y vuelve a lograr sus mejores registros en el público masculino y *target* comercial, siguiendo con su crecimiento en la franja del *late night* gracias al liderazgo del *El Chiringuito de Jugones*, lo más visto del canal.

Atreseries (1,8%) ha firmado el mejor año de su historia siendo de nuevo la cadena de nueva creación líder desde su nacimiento, además de la cadena temática más vista en diferido en torno a máximos históricos (2,1%). Neox también ha finalizado 2023 obteniendo su mejor dato desde 2020 y ha vuelto a despuntar en *target* comercial, entre el público joven (3%) y entre los espectadores de 25 a 44 años (3,9%). Cabe destacar el estreno de los nuevos capítulos de la 34ª temporada de *Los Simpson* y *El joven Sheldon*, que se encuentran entre los contenidos más vistos de la cadena, así como la emisión de películas como *Indiana Jones: en busca del arca perdida*, la más vista del año.

Atresmedia: también líder en las audiencias digitales.

El Grupo Atresmedia mantiene también su posición de liderazgo en el entorno digital y cierra el año con 24,6 millones de visitantes únicos y logrando la mayor distancia histórica con su competidos y la 7ª posición en el ranking de los sites más visitados.

Atresmedia ha vuelto a situarse a la cabeza entre los grupos audiovisuales, siendo líder imbatible desde enero a diciembre de 2023 y encadenando, de hecho, **92 meses consecutivos de liderazgo digital** o, lo que es lo mismo, ganando de forma ininterrumpida desde abril de 2016.

La posición de liderazgo se mantiene en las principales cadenas de televisión de Atresmedia, **lasexta.com** y **antena3.com** han finalizado 2023 con 8,9 y 8,4 millones de visitantes únicos⁸. Los espacios informativos y de actualidad, con las ediciones de *Antena 3 Noticias* y *Espejo Público*, han vuelto a situarse en diciembre entre los contenidos más visitados de Antena 3.

atresplayer

2023, el año de la revolución de atresplayer

atresplayer es la plataforma OTT española líder que, con más de 5 millones de usuarios al mes y superando los 600.000 abonados, encabeza el consumo en internet y acapara los premios más relevantes del sector. Su éxito, que la convierte en el referente local frente a los gigantes internacionales, se basa en la apuesta por una oferta local y atractiva, con contenidos de calidad, innovadores y diversos. En este sentido, 2023 ha sido el año de la revolución de atresplayer, que se hace aún más grande. Atresmedia ha reforzado su apuesta por la plataforma con un nuevo diseño, tecnología de vanguardia, más canales y una batería de nuevas producciones y funcionalidades que mejorarán la experiencia del usuario de atresplayer, tanto en su modalidad gratuita como en su modalidad de pago.

Ofrecer la mejor experiencia de usuario es un elemento clave de atresplayer. Por ello, la plataforma de **Atresmedia ha estrenado un nuevo diseño**, disponible desde el pasado mes de julio, con la última tecnología. La nueva interfaz potencia la experiencia en las Smart TV y en dispositivos móviles, permite una navegación más sencilla e intuitiva y amplía sus posibilidades de personalización, mejorando la experiencia de los usuarios y facilitando su acceso al extenso catálogo de más de 30.000 horas de contenidos de la plataforma.

⁸ Los datos de audiencia hacen referencia al mes de diciembre.



Los usuarios de atresplayer disfrutan de la mayor oferta en abierto de una plataforma en España. Al acceso a todos los contenidos de los canales televisivos de Atresmedia TV se le suman la gran cantidad de *fast channels* -canales lineales online- que atresplayer pone al servicio de sus usuarios. En 2023 atresplayer ha ampliado su oferta en directo con la incorporación **de 10 nuevos canales gratuitos** (fast), que incluyen **4 nuevos canales lineales temáticos** (Clásicos atresplayer, Multicine atresplayer, Comedia atresplayer y Mentas Inquietas), **5 canales más específicos de programas determinados** (Aquí no hay quien viva, El Club de la comedia, Equipo de investigación, Física o Química y El Hormiguero) y **un Canal Invitado**, cuyo contenido variará cada mes. Atresplayer también ha lanzado Kidz, un *fast channel* con emisión ininterrumpida de contenido infantil, y desde el pasado mes de julio, se ha reforzado la apuesta por la experiencia compartida con el lanzamiento de una nueva oferta de suscripción con el Plan Premium Familiar, que permite el visionado de hasta 3 usuarios a la vez, sea cual sea su ubicación. De este modo, atresplayer se posiciona como una de las plataformas más atractivas para el colectivo familiar.

Además del contenido de los canales en abierto, atresplayer ha logrado con sus producciones originales y exclusivas convertirse en referente en el sector. La relevancia de sus series y programas ha revolucionado el sector audiovisual español en los últimos años, logrando además conquistar algunos de los premios más prestigiosos del panorama cultural español con producciones como **Veneno, Cardo o La Ruta**. En este sentido, atresplayer ha arrancado en 2023 el desarrollo de casi una treintena de nuevos proyectos originales y exclusivos, y ha estrenado más de doce series de ficción y nuevos programas y documentales para mantener su posición de referencia en el mercado local.

En un evento celebrado en julio de 2023 en pleno corazón de Madrid y que reunió a diversas personalidades del sector y a representantes de la Administración Pública, Javier Bardají (CEO de Atresmedia) afirmó que atresplayer mantiene la filosofía y los principios del Grupo. Asimismo, puso en valor la apuesta de Atresmedia por esta plataforma, que se basa en dos principios básicos -el mejor contenido y talento-, todo ello por la obsesión con la calidad y la diversidad.

Así, el éxito de atresplayer completa la estrategia pionera de hiperdistribución de Atresmedia, con su modelo de negocio 360°. La estrategia diseñada, que pone el contenido en el centro del negocio, posibilita una explotación más eficiente de sus series y programas, alargando su vida económica y llegando a todo tipo de público.

Atresmedia Cine

La producción y el negocio cinematográfico: una de las grandes apuestas de Atresmedia

Atresmedia está convencida de que **el cine emociona, acompaña y hace sentir**. Por ello, en 2023 ha seguido trabajando para acercar al público español a las salas de cine y ser motor fundamental de la industria cinematográfica. Prueba de ello, es que Atresmedia Cine ha cerrado el año con una inversión cinematográfica de 23 millones de euros repartidos en 11 largometrajes. Un año histórico en el que se ha logrado una recaudación total de 19,1 millones de euros y una cuota de mercado del 24%. Además, Atresmedia tiene previsto en 2024 producir 8 películas en castellano y en 5 lenguas cooficiales

ATRESMEDIA CINE CIERRA 2023 CON UNA RECAUDACIÓN DE 19,1 MILLONES DE EUROS Y UN 24% DE CUOTA DE PANTALLA

Durante este ciclo, el Grupo ha conseguido situar dos títulos en el top cinco de las películas españolas más taquilleras de 2023: la comedia **Vacaciones de verano**, que ha recaudado 7,4 millones de euros llegando a más de 1,2 millones de espectadores y la película de animación **Momias** que ha conseguido recaudar más de 5,9 millones de euros y ha rozado el millón de espectadores. Además, otros dos títulos producidos por Atresmedia se han posicionado en el top 10 de películas españolas más taquilleras: la comedia **Como Dios manda**, protagonizada por Leo Harlem y la película de terror **La niña de la comunión**.



Además de los títulos mencionados anteriormente, a lo largo de 2023 se han estrenado **nueve largometrajes** más, que han cosechado el éxito de taquilla y el reconocimiento de la industria. Entre ellos destacan **Los buenos modales, El hombre del saco, Me he hecho viral, Saben Aquell y El favor.**

Un año más, varios títulos de Atresmedia han sido nominados en diferentes categorías en distintos premios cinematográficos que, año tras año, reconocen a los principales largometrajes, intérpretes y directores. Entre los tres títulos Atresmedia Cine ha sumado un total de **15 nominaciones** a los prestigiosos Premios Goya. Todo un reconocimiento a la trayectoria cinematográfica del Grupo Audiovisual.

Por último, como tradicionalmente venía haciendo y como muestra incondicional de su apoyo a la industria cinematográfica, el Grupo ha mantenido su apoyo a los festivales de cine y a la difusión cultural. De hecho, en 2023 Atresmedia ha cumplido 26 años como patrocinador oficial del Festival de Málaga.



Premios y nominaciones en 2023

Valle de sombras	3 nominaciones a los Premios Goya.
Saben Aquell	11 nominaciones a los Premios Goya. 13 nominaciones a los Premios Gaudí. 1 nominación a los Premios Forqué.
Momias	1 nominación a los Premios Goya.

Buendía Estudios

La consolidación de la productora de referencia en el territorio español

Con el respaldo del Grupo Atresmedia y Telefónica, Buendía Estudios ha conseguido consolidarse como la productora de referencia en todo el territorio español. El ejercicio 2023 ha supuesto un año de gran actividad para la Compañía, que ha sumado un foco específico de trabajo en las Islas Canarias, a través de su filial Buendía Estudios Canarias, y otro en el País Vasco, con Buendía Estudios Bizkaia. Además, la productora mantiene una línea de creación y desarrollo de contenidos, trabajando en un gran volumen de proyectos destinados al mercado español y latinoamericano, actividad que pone de manifiesto el carácter diverso y multigénero de su oferta audiovisual. Adicionalmente, Buendía Estudios está activamente trabajando en la definición de las líneas de actuación necesarias para la implementación eficaz de un protocolo de sostenibilidad a medida en todas sus producciones.

LA SERIE ORIGINAL DE ATRESPLAYER, LAS NOCHES DE TEFÍA, PRODUCIDA POR BUENDÍA ESTUDIOS, HA GANADO EL DIVERSITY TV AWARDS POR SU VISIBILIDAD LGTBIQA+ EN EL MIPCOM DE CANNES

Buendía Estudios ha seguido desarrollando, de forma simultánea, la producción y rodaje de series de ficción y no ficción, programas de entretenimiento y la producción de magazines diarios en directo para varios canales de televisión en abierto. Concretamente, en 2023 ha estrenado nueve títulos de ficción y no ficción, ha rodado diez proyectos y ha renovado la producción del magazine diario en directo del Grupo Atresmedia **Y Ahora Sonsoles.**

Entre las producciones que Buendía Estudios y sus filiales han llevado a cabo en el mencionado 2023 para los canales del Grupo Atresmedia y su plataforma atresplayer, se encuentran las nuevas ficciones **Beguinas, La Pasión Turca, Ángela** (producida por Buendía Estudios Bizkaia), el *branded content* **La caja de arena**, o las nuevas temporadas de **Drag Race España**, además de los estrenos en la



plataforma de las series **Déjate ver** o **Camilo Superstar** y **Las Noches de Tefía**, producidas ambas por Buendía Estudios Canarias.

Entre los proyectos de Buendía Estudios destacan también los realizados para otras plataformas que se han estrenado en 2023 como la última temporada de **La Unidad: Kabul** y **Poquita fe** para Movistar Plus+, la tercera temporada de **El internado Las cumbres** para Prime Vídeo o **Pobre Diabolo**, la primera serie de animación producida por Buendía, estrenada por MAX.

La producción y el trabajo de Buendía Estudios y su buena trayectoria ha sido reconocido en 2023 con numerosas nominaciones y galardones, entre los que destacan:



Premios y nominaciones en 2023

La Unidad T2	<ul style="list-style-type: none"> • Premio Iris a Mejor Ficción y Mejor Dirección. • Premio Unión de Actores a Mejor Actriz Protagonista y a Mejor Actriz de Reparto.
La Unidad Kabul	<ul style="list-style-type: none"> • Ficción más premiada en los Premios Iris 2023 (Mejor Ficción, Producción, Guion, Dirección de Fotografía y Actor). • Premio FesTVAl Vitoria a Mejor Ficción. • Premio Fical Mejor Showrunner Drama.
Las noches de Tefía	<ul style="list-style-type: none"> • Premio Ondas a Mejor Actor. • Premio FesTVAl a Mejor Actor. • Nominación a los Premio Feroz a Mejor Actor Protagonista. • Nominación a los Premio Iris a Mejor Ficción, Guion, Producción y Actor.
Poquita Fe	<ul style="list-style-type: none"> • Premio Fical a Mejor Serie de Comedia. • Premio Fical a Mejor Actor en Serie de Comedia. • Mejor Showrunner Comedia. • Premio Feroz a Mejor Serie de Comedia. • Nominaciones a los Premios Forqué a Mejor Serie, Interpretación Masculina y Femenina. • Nominaciones a los Premio Feroz a Mejor Serie de Comedia, Actor Protagonista, Actriz Protagonista, Actor de Reparto, Actriz de reparto y Guion.

7.3.1.2 Atresmedia Radio

La oferta más completa de información y entretenimiento para los amantes de la radio

El reconocimiento de Atresmedia como grupo multimedia plural y alineado con las inquietudes e intereses de la sociedad es, en gran parte, gracias a la labor llevada a cabo por Atresmedia Radio



desde sus tres emisoras principales: Onda Cero, con más de treinta años de trayectoria, Europa FM, referente nacional de radio musical y Melodía FM, orientada a un público más adulto. Con ellas, el Grupo plantea una oferta completa de información y entretenimiento para los amantes de la radio.

En 2023, la División de Radio del Grupo Atresmedia ha seguido apostado por atributos como la credibilidad, la pluralidad y la cercanía, poniendo especial énfasis en la lucha contra las *fake news* y los bulos propagados a través de las redes sociales, utilizando el arma más poderosa que tiene esta división: la profesionalidad y el compromiso de todo su equipo (redacción, producción, comercial, administración...) que en el caso de Onda Cero sustenta una perfecta combinación de veteranía y juventud.

Los datos de audiencia han demostrado, un año más, el éxito de la estrategia de Atresmedia Radio, que ha logrado 2,83 millones de oyentes diarios entre sus tres emisoras. Onda Cero ha continuado su liderazgo de audiencia dentro del Grupo con 1,94 millones de oyentes diarios, seguido de Europa FM que ha crecido un 12% respecto a 2022, alcanzando los 850.000. De hecho, este éxito se consolida con las buenas cifras de cierre. En cuanto al universo digital, Onda Cero termina diciembre subiendo a los 4,4 millones de visitantes únicos, lo que supone un incremento de un 9% en relación con el mes anterior. Por su parte, Europa FM también finaliza el año por todo lo alto al conseguir más de 1,4 millones de visitantes únicos, su tercer mejor dato de 2023 y el cuarto mejor registro de su historia.

ONDA CERO HA REGISTRADO SU MEJOR FINAL DE AÑO DESDE 2016, ALCANZANDO LOS CASI 2 MILLONES DE OYENTES, CON RÉCORD HISTÓRICO DE CARLOS ALSINA

Durante 2023 Atresmedia Radio ha continuado incorporando nuevas voces que se han sumado al gran equipo de comunicadores de Onda Cero, entre los que se encuentran Carlos Alsina, Julia Otero, Rafa Latorre, Edu García o Jaime Cantizano, entre otros. Una de las grandes novedades ha sido la incorporación al equipo de la periodista Rocío Martínez. La presentadora de *Antena 3 Deportes* ha asumido un nuevo rol como conductora junto a Edu Pidal, del programa deportivo nocturno **Radioestadio noche**. Una apuesta que busca dar más protagonismo a las voces femeninas del mundo del deporte.

Por su parte, el periodista Miguel Ondarreta se ha incorporado al primer tramo del matinal de **Más de Uno**, dirigido y presentado por Carlos Alsina. Su rol se ha centrado en afrontar una temporada plagada de retos informativos de primer nivel, entre los que destacan los debates de investidura de Alberto Núñez Feijóo y Pedro Sánchez, la evolución de la economía, los desafíos territoriales o los conflictos armados emergentes.

Por otro lado, el programa vespertino **Julia en la onda**, dirigido por Julia Otero, ha contado con la incorporación de nuevas voces, renovándose así año a año.

Finalmente, el equipo de Jaime Cantizano ha contado con las incorporaciones de los periodistas Santi Seguro y Nacho Gay, además del actor Miguel Rellán.

UNA DE LAS SEÑAS DE IDENTIDAD DE 'MÁS DE UNO' SON LAS FICCIONES SONORAS DIRIGIDAS POR CARLOS ALSINA. ESTE AÑO SE HAN ESTRENADO CUATRO: 'CAIFÁS', 'CASAS VIEJAS', 'EL ASESINATO DE KENNEDY... 60 AÑOS DESPUÉS' Y 'QUÉ BELLO ES VIVIR', ADEMÁS DEL DOCUMENTAL 'RADIO UCRANIA'

Onda Cero: más tiempo para los contenidos más cercanos y nuevo sonido corporativo

Onda Cero ha renovado en 2023 su sonido corporativo, apostando por nuevas sintonías institucionales, más brillantes, más modernas, con mayor amplitud y con más fuerza. El nuevo sonido corporativo de la cadena de radio generalista de Atresmedia ha sido compuesto por el músico y productor Álex Soler e interpretadas por la Orquesta Sinfónica de Bratislava. Onda Cero ha dado así un salto cualitativo en su imagen sonora.



En 2023, Atresmedia Radio ha dado respuesta al reto planteado en 2022, manteniendo su apuesta por la cercanía con sus oyentes y siendo la cadena de radio nacional que más tiempo ha dedicado a contenidos locales y regionales. Desde las 7:20h de la mañana a las 19:20h de la tarde, Onda Cero abre ventanas para espacios informativos y magazines de ámbito local y regional.

Además, 2023 ha sido un año lleno de premios para los comunicadores de Onda Cero. **Carlos Alsina** ha recibido el premio de periodismo 'Francisco Cerecedo', concedido por la Asociación de Periodistas Europeos y la Antena de Oro, otorgada por la Federación de Asociaciones Profesionales de la Televisión. Por su parte, **Julia Otero** recogió la Medalla de Honor de la Ciudad de Barcelona de la mano del alcalde, Jaume Collboni, y, el jefe del Área de Economía de Onda Cero, **Ignacio Rodríguez Burgos**, se hizo acreedor del VI Premio de Periodismo Económico 'KPMG/Rosa del Río', concedido por la Asociación de Periodistas de Información Económica.

Europa FM: la evolución continúa

Fiel a su filosofía inquieta, Europa FM ha protagonizado una revolución en su *morning show*, **Cuerpos especiales**, asumiendo su producción total -antes en manos de una productora externa- e incorporando importantes novedades, como la llegada del cómico y humorista Nacho García para co-presentar el programa junto a Eva Soriano o la renovación del equipo de colaboradores y guionistas.

EL MATINAL DE EUROPA FM SE HA CONSOLIDADO CON GRAN ÉXITO EN TODAS SUS SALIDAS Y SHOWS A PÚBLICO, PRESENTÁNDOSE EN UNIVERSIDADES, AUDITORIOS Y TEATROS, AGOTANDO TODAS LAS ENTRADAS

Durante 2023 Europa FM ha organizado 40 conciertos a lo largo de toda la geografía, acercando los artistas que suenan en su fórmula a los oyentes y fans. Además, ha participado en grandes formatos en fiestas como San Fermín, Pílares y La Mercè.

Sonora, el salto de calidad en el audio en español

En 2023, Atresmedia Radio ha pivotado su estrategia de audio digital, pasando de un modelo cerrado y de pago a un modelo abierto y de multidistribución. En este sentido, todos los *podcast* (ficción, documentales y actualidad) estarán integradas en las plataformas de Atresmedia Radio, ampliándose de este modo el universo de audio de las marcas de la División.

7.3.1.3 Atresmedia Publicidad

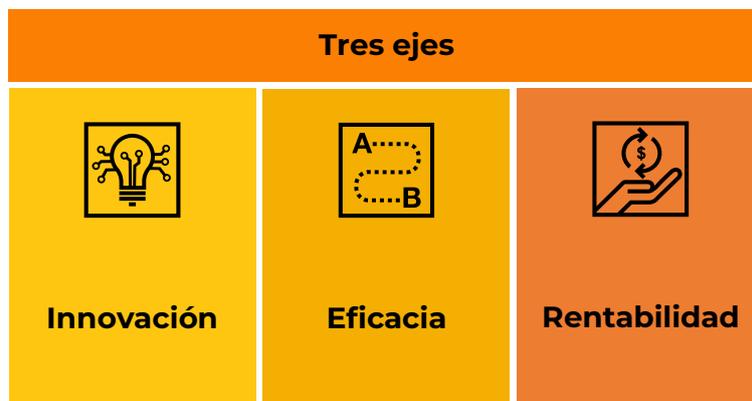
Compromiso con la innovación y el servicio anunciante

Atresmedia Publicidad es la comercializadora de los espacios publicitarios del Grupo y su principal fuente de ingresos. En el ejercicio de su actividad, Atresmedia pone en valor el **papel dinamizador de la publicidad en la sociedad** y, por ello, apuesta y se compromete con la transformación y con la **sostenibilidad de su industria**. En 2023, la innovación, la diferenciación y la integración de la publicidad en los contenidos han sido elementos clave de la estrategia de Atresmedia Publicidad.

El arrollador éxito de audiencias hace que Atresmedia sea el grupo preferido por los anunciantes para mostrarse a la sociedad. De hecho, gracias a este éxito, los programas de Atresmedia **triunfan como contenedores de publicidad especial**, siendo altamente atractivos para el mercado y ofreciendo a los anunciantes la posibilidad de vincularse a contenidos *premium*. Todo ello, unido a la potencia multimedia del Grupo, que incluye el atractivo de sus seis canales de televisión y de atresplayer, su potencial radiofónico, sus webs y sus redes sociales, convierten a Atresmedia Publicidad en una **oferta imbatible frente a sus competidores**.

En 2023 la estrategia de Atresmedia Publicidad ha puesto en valor los medios de comunicación que comercializa y ha seguido apostando por la innovación, la automatización y la digitalización. Estos

valores se han materializado a través de los tradicionales **tres ejes de actuación de Atresmedia Publicidad: la innovación la rentabilidad y la eficacia.**



Innovación

Durante 2023, Atresmedia ha seguido apostando por la innovación como eje fundamental para ofrecer a los anunciantes **el mejor servicio comercial**. Entre las principales novedades de 2023 destacan el lanzamiento de la nueva Política Comercial de Atresmedia, la creación de tres nuevos *clusters* híbridos o el lanzamiento de la herramienta de segmentación para la televisión *The Cube*.

Nueva Política Comercial; la fuerza de la televisión

Una de las grandes apuestas estratégicas de 2023 del Grupo Atresmedia ha sido el desarrollo, por parte de Atresmedia Publicidad, de su **nueva Política Comercial**. Como principal novedad, esta política introduce el cambio en la unidad de venta de publicidad, pasando del GRP⁹ al CPM (coste por mil contactos), facilitando la labor de agencias y anunciantes a la hora de comparar el coste y la rentabilidad de sus inversiones en diferentes medios.

ATRESMEDIA PUBLICIDAD HA LANZADO EN 2023 SU NUEVA POLÍTICA COMERCIAL, CAMBIANDO LA UNIDAD DE VENTA DE GRP AL CPM E INTRODUCIENDO LA VENTA DIFERENCIADA EN EL HORMIGUERO 3.0.

Con este nuevo modelo de venta, el Grupo se ajusta al lenguaje que utilizan otros medios y soportes del mercado audiovisual y pone de manifiesto la **mayor rentabilidad de la televisión** en general y de Atresmedia en particular en términos de cobertura, contexto, *brandsafe*, notoriedad o capacidad de construir marca, frente a otras ofertas del mercado como Youtube, Meta o Netflix. Atresmedia Publicidad, ofrece así un argumento más a los anunciantes para que la elijan como ventana para mostrarse la sociedad.

Otra de las grandes novedades de esta nueva Política Comercial es el lanzamiento de la venta diferenciada en *El Hormiguero 3.0.*, que hasta la fecha ha permitido a más de 80 anunciantes de 19 sectores tener una presencia especial en los *ads breaks* del programa: espacio más *premium* del mercado publicitario español gracias a sus datos de audiencia. En este espacio, introducido por Pablo Motos, los anunciantes encuentran el contexto ideal para general la máxima eficiencia.

Dado el éxito del formato, la venta diferenciada se ha extendido a otros programas como *El Debate* y *Las Campanadas*. Una clara apuesta por la innovación que se ha traducido en un aumento de la eficacia en la publicidad para los anunciantes y de la rentabilidad para Atresmedia.

Clusters híbridos: viviendas unifamiliares, viviendas con hijos y autónomos.

⁹ GRP: Puntos de porcentaje sobre la gente que ve televisión.



En 2023 Atresmedia Publicidad ha continuado mejorando su capacidad de segmentación y geolocalización, lanzando tres nuevos *clusters* híbridos que se suman a los ya existentes. Estos *clusters* se construyen combinando la navegación en el entorno digital, el dato de consumo televisivo en aquellos televisores con tecnología HbbTV y el perfil sociodemográfico y económico de la audiencia. Gracias a ellos Atresmedia Publicidad puede adaptarse mejor a los objetivos de cada campaña comercial, de este modo como novedad en 2023 se incluyen estos tres nuevos *clusters*:

- Viviendas unifamiliares: pensado para anunciantes de energía, comunicaciones o seguridad está orientado a zonas con alta densidad de este tipo de viviendas.
- Familias con hijos: orientado a núcleos de población con mayor número de familias con hijos menores de 18 años. Una opción perfecta para anunciantes de productos infantiles, alimentación, gran consumo y marcas dirigidas a *targets* jóvenes.
- Autónomos: orientado a dispositivos utilizados por este colectivo. Es un *target* idóneo para anunciantes de banca, telecomunicaciones, seguros u ofertas específicas para ellos.

Hibridación: conocimiento holístico del espectador en televisión gracias a *The Cube*

En su apuesta por la innovación, Atresmedia lanzó en 2023 *The Cube*: una herramienta de segmentación de audiencia en el entorno televisivo basada en la hibridación de datos AIMC-KANTAR MEDIA que ayuda a los anunciantes a impactar a determinados públicos según sus hábitos de consumo, intereses, actitudes y opinión. Con esta herramienta, se enriquece el dato de consumo de televisión que tiene Atresmedia Publicidad con la información de un tercero (*third party data*), con la que será capaz de identificar y ofrecer segmentos de audiencia específicos de televisión en base a actitudes y comportamientos, enriqueciendo así las tradicionales segmentaciones sociodemográficas.

En definitiva, *The Cube* permite un conocimiento holístico del espectador de Atresmedia cruzando cuatro ejes de gran interés para las marcas: audiencia, contenidos, consumo de productos e intereses/opiniones. Además, gracias a la herramienta, los anunciantes pueden planificar y obtener un *reporting* sobre el rendimiento de sus campañas en televisión.

The Cube significa un paso más en la estrategia de innovación de Atresmedia y en la persecución del mejor servicio comercial.

Novedades publicitarias

Durante 2023 Atresmedia Publicidad ha continuado innovando en las campañas publicitarias de sus anunciantes, buscando mejorar el impacto en la audiencia que las consume. Algunas de las novedades en acciones publicitarias más destacadas en 2023 han sido:

- La colaboración con Mahou San Miguel para el lanzamiento de **UPA NEXT**. De la mano de OMD, Atresmedia y Mahou buscaban generar una conexión emocional con el *target* joven y crear experiencias innovadoras.
- Diseño y lanzamiento, junto a PHD Media, de la campaña multimedia *brand experience* de Škoda "**Haz que cada Kilómetro cuente**".
- Campaña el **Momento Kinder Sorpresa en el Hormiguero**, para la promoción del crecimiento y el aprendizaje de los niños a través del juego, la imaginación y la exploración.

Creación de un nuevo formato publicitario para televisión junto a Iberdrola y Ac2ality. Este formato adapta al lenguaje de la televisión los códigos y estéticas de las redes sociales.

Eficacia

Atresmedia Publicidad ha seguido apostando en 2023 por la eficacia de la publicidad como pilar fundamental de su estrategia. Por ello ha continuado invirtiendo en nuevas fórmulas, formatos y herramientas que permiten la automatización y digitalización del mercado publicitario, ofreciendo a sus anunciantes una oferta comercial más atractiva en forma y alcance.

Nueva fórmula de atención publicitaria $A=E \wedge C \times P$



En 2023 Atresmedia presentó en la 38ª edición del encuentro europeo de referencia AEDEMO TV, su nueva y revolucionaria fórmula de atención publicitaria, haciéndose con el premio a la ponencia más innovadora.

NUEVA FÓRMULA DE ATENCIÓN PUBLICITARIA DE ATRESMEDA; LA ATENCIÓN ES IGUAL A LA EMOCIÓN ELEVADA AL CONTENIDO Y MULTIPLICADA POR LA PANTALLA ($A=E^CX^P$)

La fórmula, basada en un estudio de neurociencia realizado junto con la empresa Neurologica, pretende medir la eficacia de la publicidad, en términos de atención y notoriedad cuando es vista en diferentes pantallas, plataformas y contenidos. El objetivo de la investigación consistió en medir las respuestas emocionales y el recuerdo espontáneo del contenido visionado en la televisión, las plataformas, y medios digitales como Youtube, Instagram y TikTok, en todas las pantallas disponibles para cada formato.

En una clara apuesta por potenciar la digitalización y la automatización de procesos que demanda el mercado, Atresmedia Publicidad sigue investigando nuevas experiencias de publicidad dirigida o *addressable* para mejorar la eficacia de la publicidad y la capacidad de segmentación del medio televisión y en el entorno digital. Gracias a este tipo de publicidad, las marcas consiguen una mayor segmentación, control de frecuencias y una mejor distribución de contactos de sus campañas.

La mejora de su capacidad de segmentación y la apuesta por la tecnología, la digitalización y la automatización permiten a Atresmedia ser más fuertes que sus competidores y ofrecer a sus anunciantes una mayor cobertura, llegando a públicos masivos en tiempo récord gracias a productos híbridos como Pantaia, que les permite obtener grandes coberturas, llegando incluso a superar la alcanzada en televisión lineal.

En 2023, las principales acciones llevadas a cabo por Atresmedia Publicidad en el plano de la automatización y la digitalización han sido:

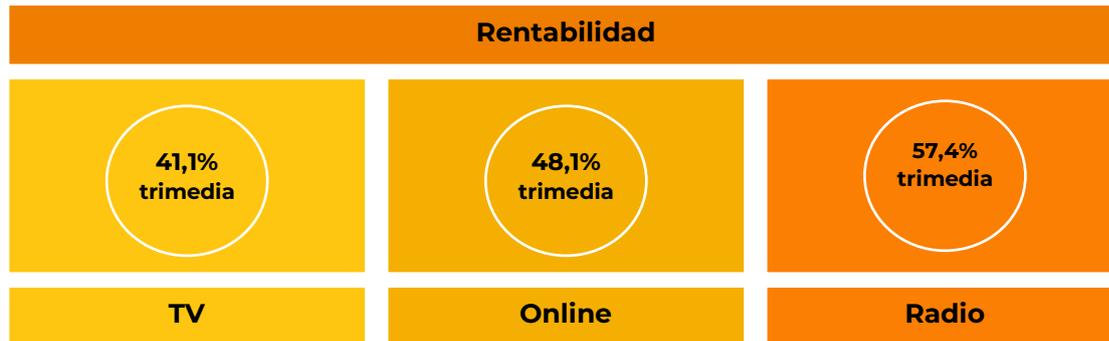
- El lanzamiento de una **plataforma de medición de audiencias en real time** de la mano de Kantar Media. Gracias a los televisores conectados a la tecnología HbbTV, los datos históricos de audiencia y los ofrecidos por la plataforma atresplayer, los clientes pueden a través de un *dashboard*, ver con un mínimo decaje, la audiencia minuto a minuto.
- **El acuerdo con Smartme Analytics** para conocer la notoriedad de las marcas que apuestan por El Hormiguero. Mediante encuestas diarias realizadas con la metodología ACR, Smartme recopila semanalmente los diez anuncios más recordados por la audiencia.
- La apuesta por la **segmentación contextual de la mano de Meaning Cloud** para mejorar la experiencia publicitaria del usuario mostrando mensajes relevantes y que están estrechamente relacionados con el contenido que consumen.
- La adhesión a **One Platform**, la plataforma global de NBCUniversal que constituye el mayor *market place* de los *broadcasters* y que permite a los anunciantes gestionar campañas multinacionales.
- El lanzamiento de **AtresDesk**, de la mano de *The Trade Desk*, para ofrecer al mercado publicitario *spots* de televisión lineal de forma automática utilizando el *demand-side platform* de *The Trade Desk*. Con ello se ofrecerá a agencias y anunciantes nuevas formas de acceso al mejor inventario de publicidad lineal y a maximizar el alcance de sus campañas.

Además de los acuerdos mencionados anteriormente, Atresmedia Publicidad ha llevado a cabo otras acciones en cuanto a automatización y digitalización de su oferta, entre las que se incluyen los primeros pasos en la compra de publicidad programática en atresplayer, las experiencias de publicidad contextual mencionadas anteriormente o el fortalecimiento de la publicidad en redes sociales entre otras.

Rentabilidad

En 2023 la rentabilidad ha continuado siendo uno de los pilares estratégicos del Grupo. En este sentido, las sinergias entre los distintos medios que Atresmedia comercializa continúan siendo responsables de la buena evolución de la Compañía.

Alrededor de la mitad de la inversión publicitaria de los canales de televisión (**42%**) está conformada por **anunciantes trisoporte**, es decir clientes que están presentes en todos los soportes ofrecidos por Atresmedia. Además, este segmento de anunciantes multimedia constituye a su vez el **48,1%** de los **ingresos publicitarios** del Grupo en **internet**, el **57,4%** de la facturación en la **radio** y el **41,1%** en **televisión**.



SmartClip, H2H y Diario Motor: reforzando el entorno digital

Con el objetivo de reforzar su estrategia publicitaria y de mejorar su posicionamiento en el entorno digital, Atresmedia Publicidad participa de otras empresas que impulsan su presencia en este mercado. En este sentido, la Compañía es propietaria de Smartclip y accionista mayoritaria de la agencia de marketing Human to Human (H2H).

SmartClip

Smartclip es líder en **tecnología publicitaria**, ofreciendo a agencias y anunciantes un modelo comercial único con soluciones híbridas. Comercializa formatos de alto impacto en canales **cross-device** y, es referente en vídeo digital y **rich-media**, a través de los mejores medios y editores de contenido digital del mercado español.

En 2023 Smartclip ha profundizado en la estrategia *Cross Device*, basada en un **modelo de aportación de coberturas adicionales** o **refuerzo de frecuencias** sobre las audiencias televisivas, multipantalla y multiformato. Asimismo, ha trabajado en la incorporación de inventarios CTV para **reforzar la oferta de vídeo en el mercado**. Para 2024 se prevé una acción más coordinada con el Grupo Atresmedia, incidiendo en el producto *cross device* a través de la **comercialización de productos conjuntos y estrategias combinadas** de televisión y digital. Se hará especial foco en la llegada a los anunciantes para reforzar su prescripción y en la presencia programática del producto para **reforzar el canal de agencias de medios**. Además, con el objetivo de hacer frente a la desconexión de *cookies* de tercera parte que llegará con el nuevo año, Smartclip ha trabajado en la identificación de proyectos que le permitan mantener el modelo de negocio actual, así como en productos complementarios de tipo contextual.

H2H (Human to Human)

H2H, la **agencia de marketing de influencers** líder del mercado español, ofrece a los anunciantes una nueva forma de dar a conocer sus marcas mediante el potencial y el alcance de la publicidad en las redes sociales y los influencers. En 2023, la agencia ha consolidado su posición en España y ha abierto una nueva oficina en Lisboa con el objetivo de incrementar su actividad comercial en Portugal.

H2H HA SIDO RECONOCIDA POR FORBES COMO LA “BEST INFLUENCER MARKETING AGENCY” EN 2023

Respecto a la facturación, H2H ha vuelto a alcanzar un nuevo récord, creciendo un 30% respecto a 2022 y superando los 22 millones de euros de facturación. Este crecimiento se ha debido principalmente a:

- La captación de clientes de alto valor. En 2023 se ha reforzado la estructura de clientes de la agencia que ha puesto el foco en el valor y la rentabilidad financiera de estos.
- Mejor posicionamiento en el mercado que sus competidores. Según IAB, H2H ha alcanzado en 2023 un 28,1% de la cuota de mercado español.
- Más campañas y mayor inversión por cliente. En 2023 se han gestionado un total de 940 campañas, un 20% más que en 2022, la inversión media por cliente ha crecido un 24%, y el número medio de campañas por cliente un 17%.
- El compromiso con el sector. H2H ha mantenido su compromiso con el sector realizando, y publicando, el Informe del Sector del Influencer Marketing en España.

Por último, cabe destacar que H2H ha sido reconocida por Forbes como la “Best Influencer Marketing Agency” en 2023. Además, según datos del estudio sectorial realizado por Scopen, H2H aparece en la primera posición de la tabla en “Agencia Ejemplar” en valoración de clientes y agencias.

Diariomotor

El Grupo Atresmedia reforzó en 2021 su oferta en el entorno digital con la adquisición parcial de Diariomotor. El año 2023 ha supuesto un periodo de éxito para la compañía que ha logrado superar la cifra de negocio de 2022 y batir el récord de facturación en vídeo, su principal línea estratégica.

En cuanto a la presencia en el entorno digital, Diariomotor ha crecido significativamente, y ha cerrado el año superando los 200.000 seguidores en TikTok, los 360.000 en Youtube y 130.000 en Instagram. Actualmente, Diariomotor ostenta la cuarta posición de audiencia de motor en España.

7.3.1.4 Atresmedia Diversificación

Una apuesta por los proyectos más innovadores

Atresmedia Diversificación tiene como principal objetivo identificar y apostar por proyectos con un alto potencial, con base innovadora y con vocación de producir un impacto en los resultados del Grupo. Asimismo, su visión busca crear y evolucionar negocios que no dependan directamente del mercado publicitario tradicional.

En los últimos años, Atresmedia Diversificación se ha convertido en una fuente de ingresos especialmente relevante para el Grupo Atresmedia gracias a la actividad de sus **cuatro líneas de actuación: Atresmedia Internacional, Nuevos Negocios, Media For Equity y Negocios Musicales.**

1. Atresmedia Internacional

Con sus cuatro canales lineales (Antena 3, Atrescine, Atreseries y ¡HOLA! TV) y atresplayer, Atresmedia Internacional tiene la labor de hacer que los contenidos de Atresmedia crucen las fronteras nacionales, llevando la oferta informativa y de entretenimiento del Grupo a Estados Unidos y otros países de habla hispana.

Por primera vez desde que Antena 3 Internacional comenzara sus emisiones en 1996, el número de abonados a los canales internacionales ha sufrido un descenso, como consecuencia de la pérdida de suscriptores que viene acusando la industria de la televisión de pago en los mercados más relevantes en los que opera Atresmedia Internacional. Este descenso se debe principalmente a la competencia de las plataformas de *streaming*. No obstante, el rendimiento de los canales de Atresmedia Internacional ha sido tan bueno como en años anteriores.



ANTENA 3 INTERNACIONAL DESTACA POR LA FORTALEZA DE SU OFERTA DE PROGRAMACIÓN DE ENTRETENIMIENTO Y ACTUALIDAD, Y TAMBIÉN ATRESERIES Y ATRESCINE HAN MEJORADO SUS RESULTADOS DE AUDIENCIA.

Ante esta situación, atresplayer se ha convertido en una nueva oportunidad para llevar los contenidos del Grupo al panorama internacional. En 2023 la plataforma ha crecido en suscriptores internacionales gracias a los nuevos acuerdos con operadores de televisión de pago, como SimpleTV en Venezuela, y con grandes plataformas de *streaming*, como Amazon en México.

En el caso de ¡HOLA! TV, que ha cumplido su décimo aniversario, sobresalió en la cobertura de todos los actos de la coronación del rey Carlos III del Reino Unido y de la programación especial alrededor de ese acontecimiento.

2. Nuevos Negocios

La línea de Nuevos Negocios y Licencias del área de Atresmedia Diversificación busca alcanzar acuerdos para la creación de nuevos productos que generen ingresos aprovechando la notoriedad de las marcas y contenidos del Grupo. En 2023 destaca la creación de la innovadora *app* oficial de *Pasapalabra*, una nueva herramienta del programa totalmente digital que ha llegado a posicionarse en el *top 1* de la categoría Trivial y en el *top 2* de la categoría Juegos a nivel nacional, superando el medio millón de descargas desde su lanzamiento.

Por otro lado, Atresmedia Diversificación ha continuado realizando activaciones en formatos de licencia con el objetivo de llevar a las marcas del Grupo al máximo nivel fuera de pantalla. Ejemplos de ello son el relanzamiento del micrófono karaoke de La Voz con Vieta, las acciones de marketing promocional vinculadas a grandes marcas como Halls, Lowy o Banco Santander, o el lanzamiento de la 10ª edición del libro *Cocina de Diez con Karlos Arguiñano*, la que acumula más de 850.000 ejemplares vendidos a lo largo de su historia.

Asimismo, esta división se encarga de la captación de inversión sectorial, con formatos ya consolidados como:

- La agenda musical “Atresmúsica”, a través de la cual se canalizan los acuerdos de *media partnership* para la promoción de musicales y espectáculos de éxito como *We Will Rock You*, *Chicago*, o la *Film Symphony Orchestra*, así como festivales y conciertos de los principales artistas del país, como *Noches del Botánico*, *Mallorca Live* o la gira de *Hombres G*.
- Crea Lectura, iniciativa dirigida al mercado editorial que continúa creciendo en influencia año tras año, acompañando a la buena salud del sector y generando un impacto positivo a nivel sociocultural. En 2023 Crea Lectura ha cumplido 100 programas trabajando de la mano de autores, creadores y editores para promover la cultura.

3. Negocios Musicales

Bajo el área de Negocios Musicales se encuentra la gestión de la editorial musical y Atresmúsica, la discográfica del Grupo que presta, además, otros servicios relacionados con la ambientación, la supervisión musical y el reporte de obras en las emisiones de televisión.

A través de la **editorial musical**, Atresmedia Diversificación explota los contenidos audiovisuales del Grupo y de su propio catálogo de librería llegando a medios globales y territorios fuera de España.

Por su parte, **Atresmúsica** se encarga de la publicación de las bandas sonoras originales de esos contenidos y, adicionalmente, genera oportunidades puntuales de emplazamiento musical y sinergias con artistas o productores para la explotación conjunta de fonogramas, tanto de talentos emergentes como de los ya consolidados. Durante 2023 Atresmedia Diversificación, a través de su línea de Negocios Musicales, ha producido quince discos que serán publicados a lo largo de 2024, con temáticas de informativos y tensión; ha publicado más de doce bandas sonoras y diferentes *singles* de artistas emergentes y talentos consolidados como *Dieggi* o *Bestiah*.

4. Media for Equity

Atresmedia se ha convertido en un referente del ecosistema emprendedor y de capital riesgo en España a través a su modelo de *Media For Equity*, con el que el Grupo trata de potenciar el crecimiento de *startups* en fase inicial. A cambio de participación accionarial en las mismas, Atresmedia les ofrece la posibilidad de lanzar campañas publicitarias para impulsar su crecimiento y notoriedad.

Dentro del modelo *Media For Equity*, en 2023 destaca especialmente la compra de Waynabox, *start-up* dedicada a la organización de viajes sorpresa por avión y carretera. Con el respaldo y la inversión publicitaria del Grupo, Waynabox ha conseguido alcanzar su récord de ventas en la mayoría de los meses del año. En definitiva, 2023 ha sido un año de crecimiento para la *start-up*, tanto en personal como en facturación, donde ha crecido un 125% respecto a 2022, superando los 7 millones y medio de facturación. Con la vista en 2024, Waynabox pretende mantener este ritmo de crecimiento y continuar con la inversión publicitaria para alcanzar el *Break Even* en 2025.

En 2023, han destacado, además, las siguientes acciones:

- Venta parcial de **Fever**, de la que el Grupo sigue siendo accionista mayoritario.
- Refuerzo en la apuesta de **Pazy**, *start-up* que busca digitalizar los servicios funerarios en España, permitiendo que el cliente pueda precontratar su funeral con un precio cerrado, opción de pago a plazos y personalizarlo a su gusto.
- Inversión en **Saldados**, *start-up* que ofrece un servicio único de asesoramiento y acompañamiento totalmente digital para acogerse a la Ley de la Segunda Oportunidad.
- Lanzamiento de **Adecua**, *start-up* dedicada a la adaptación de viviendas de personas mayores.
- Ampliación de la participación en **Incapto**, que ha protagonizado una ronda liderada por un fondo europeo para impulsar su actividad internacional.

Algunas de las *start-ups* en las que Atresmedia Diversificación participa como accionista tienen un fuerte componente social o ambiental, contribuyendo así a la sostenibilidad de los negocios. Tal es el caso de empresas como Saldados, Adecua, Incapto, Cuideo o Dúrcal.

Atresmedia Formación: la comunicación a disposición de la sociedad

El Grupo Atresmedia ha encontrado en la experiencia y el *know how* de sus profesionales una nueva oportunidad de diversificación de su negocio. Gracias al nacimiento de Atresmedia Formación en 2016, el Grupo pone al servicio de la sociedad el conocimiento, la experiencia y la profesionalidad de sus periodistas y comunicadores.

Lo que empezó siendo una iniciativa para dar respuesta al interés y la demanda de formación en competencias comunicativas de los perfiles profesionales audiovisuales, se ha convertido tanto en un nuevo atributo de la marca Atresmedia, como en una nueva línea de negocio dividida en tres ámbitos de actuación diferenciados; formación en abierto, formación en el ámbito educativo y formación en empresas, que permiten al Grupo llevar su conocimiento también a entidades educativas y a cualquier persona del ámbito corporativo que quiera formarse en una de las competencias claves para el rendimiento y el desarrollo profesional. A continuación, se presentan los datos que acreditan el buen desempeño de esta línea de actividad durante los últimos ejercicios, pudiendo destacar que las variaciones anuales significativas se deben al aumento de cursos y alumnos, así como al aumento en la formación en el ámbito educativo

FORMACION ATRESMEDIA	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Cursos (nº)	109	140	28,4%
Alumnos (nº)	1.178	2.081	76,7%



Alumnos de formación en abierto (nº)	325	337	3,7%
Alumnos de formación en el ámbito educativo (nº)	-	553	-
Alumnos de formación en empresas (nº)	853	1.030	20,8%
Horas de formación	8.527	19.721	131,3%

Formación en abierto

Atresmedia Formación pone a disposición de los profesionales de la comunicación y de cualquier otra persona que busque su primera oportunidad en el sector audiovisual, un amplio y variado catálogo compuesto por más de cincuenta formaciones orientadas a mejorar la cualificación y habilidades comunicativas de sus participantes.

Algunos de los cursos en abierto más demandados en 2023 han sido *el curso online de locución de audiolibros, el curso de presentación en TV, el curso de maquillaje y peluquería para cine y televisión y locución publicitaria en radio y TV, el curso de presentación de programas de entretenimiento o el curso de periodismo digital*, entre otros.

Dentro de su programa de formación en abierto, el Grupo Atresmedia ofrece desde 2020, y gracias a acuerdos de colaboración con diferentes entidades, becas formativas para personas con discapacidad que busquen desarrollar sus habilidades comunicativas en los cursos de Atresmedia Formación. En 2023 se han mantenido los acuerdos con Fundación Randstad, Fundación Capacis y Fundación Universia y se ha incorporado un nuevo acuerdo con Fundación Integra.

Formación en el ámbito educativo

Con un *target* más específico que la formación en abierto, Atresmedia Formación mantiene distintos acuerdos de colaboración con entidades educativas que buscan mejorar la formación de sus estudiantes en materia de competencias comunicativas y audiovisuales. Dentro de la formación en el ámbito educativo, existen tres ejes principales, sobre los que se ha trabajado especialmente en 2023 y que han permitido alcanzar a un mayor número y variedad de estudiantes:

1. Acuerdos con centros de Formación Profesional

Durante el año 2023, Atresmedia Formación ha seguido trabajando en el acuerdo con IFP (Innovación en Formación Profesional) implicándose en los módulos de producción, realización y Djs.

La implicación de Atresmedia en este proyecto consiste, principalmente, en la participación de sus profesionales como personal docente, la cesión de instalaciones para las distintas formaciones prácticas, la colaboración en la elaboración de temarios o la facilitación de prácticas curriculares y extracurriculares en las distintas sociedades que componen al Grupo Atresmedia.

2. Acuerdos con universidades

A través de los acuerdos con la Universidad Internacional de Valencia (VIU) y el *Entertainment Science School (The Core)*, Atresmedia Formación busca mejorar la empleabilidad de los alumnos de todos los sectores, haciendo énfasis en la relevancia de las nuevas tecnologías en el sector audiovisual, resaltando la importancia de desarrollar habilidades comunicativas en el trabajo y participando en las distintas propuestas formativas que el mercado demanda activamente. Atresmedia Formación busca así, atender a las necesidades comunicativas de jóvenes universitarios que, tras finalizar sus estudios, se incorporarán al mundo laboral.

3. Acuerdos con academias

Atresmedia ha mantenido durante el 2023 la formación en instituciones privadas como la Escuela Gallega 35mm en formato *masterclass online* y con la Escuela *Master D* en Zaragoza, impartiendo cursos a demanda para sus estudiantes destacados en las instalaciones del Grupo. Estos acuerdos buscan desarrollar al máximo las sinergias existentes gracias a la dilatada

experiencia de todas las partes en formación y conocimiento, tanto en el sector audiovisual como en el ámbito comunicativo.

Formación en empresas

Las corporaciones, cada vez más, demandan formación continua en materia de comunicación y, en 2023, han seguido confiando en la trayectoria y la experiencia de los profesionales de Atresmedia para ayudar a sus empleados a desarrollar esta *soft skill* de primer nivel. En este sentido, Atresmedia Formación se posiciona como referente a la hora de proveer este tipo de servicios, afianzando la relación con antiguos clientes como Roche, DHL, Sanitas, Generali, Banco Santander u Orange. Además, este año se han sumado nuevas e importantes empresas de diversos sectores como Mercadona, Lidl, L'Oréal, Repsol, Iberdrola, Redexis, Sandoz, El Corte Inglés, IBM con su subsidiaria Viewnext, Evo Banco, Randstad, Acciona y Elecnor.

ADEMÁS DE LA FORMACIÓN EN EL ÁMBITO DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA, EL GRUPO HA REALIZADO TAMBIÉN FORMACIONES EN OTRAS MATERIAS COMO REDES SOCIALES O PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL A PROFESIONALES DE OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO CMMEDIA, GALICIA TV O LA TELEVISIÓN DE ASTURIAS

Los profesionales del Grupo Atresmedia están posicionados como docentes de alto valor y son reclamados para colaborar en programas, para gestionar equipos, personas, situaciones, hablar en público, hacer presentaciones, etc. En 2023 se ha crecido sustancialmente en el número de cursos impartidos y le número de empresas a las que se ha llegado.

Atresmedia Formación seguirá trabajando a lo largo de 2024 por acercar su experiencia y pasión por la comunicación a empresas, a estudiantes, a profesionales y a cualquier persona que entienda que la comunicación es una habilidad básica para su vida laboral.

7.4 Prevención, control e identificación de riesgos

El Grupo Atresmedia dispone de un **Sistema de Evaluación y Gestión de Riesgos** preciso que permite minimizar la aparición de los riesgos identificados por la Compañía, y que, en el supuesto de que aparezcan y se materialicen, lleva a cabo actuaciones para mitigar su impacto rápidamente, a través de procesos y controles establecidos para ello.

Este sistema contempla todos los riesgos incluidos en el Mapa de Riesgos del Grupo, permitiendo la identificación de factores de riesgo originados tanto por aspectos externos (provenientes del entorno) como por aspectos internos (intrínsecos e inherentes al negocio) y tanto de carácter financiero como no financiero, que se agrupan en las siguientes categorías relativas a fraude, financieros, reputacionales, estratégicos, operativos, tecnológicos, ciberseguridad, datos y privacidad , ESG¹⁰ y climáticos.

Este sistema se complementa con los riesgos penales y de cumplimiento que se consideran en el Sistema de Prevención Penal de la Compañía, incluyendo los riesgos relacionados con el cumplimiento de la normativa aplicable (ver apartado [7.6 Cumplimiento Normativo](#)).

La revisión del Mapa de Riesgos anual, efectuada durante el ejercicio 2023, ha permitido adaptar el Sistema de Riesgos Corporativos a la evolución del entorno, reflejando las siguientes actualizaciones:

- **Incorporación específica de la categoría de riesgo de ciberseguridad**, riesgo asociado a las amenazas provenientes de un fallo o de un uso indebido de aplicaciones o programas y de los sistemas que los soportan. Estos aspectos, contemplados antes dentro de la categoría de riesgos tecnológicos, han cobrado especial relevancia como resultado del análisis de aspectos tanto cualitativos (pilar estratégico de la transformación digital, normativa dirigida a sustentar el modelo de buen gobierno en ciberseguridad) como cuantitativos (incremento

¹⁰ Environmental, Social and Governance.



general de la actividad en el entorno empresarial) que llevan al Grupo a identificar de forma específica esta categoría.

- **Incorporación específica de la categoría de riesgos climáticos** como consecuencia del resultado del análisis iniciado en 2022 relativo a la identificación y análisis de los riesgos climáticos, con el fin de dar cumplimiento a los requerimientos del Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea.
- **Actualización y adaptación del Modelo de Prevención de Delitos a las nuevas exigencias derivadas de las modificaciones del Código Penal**, que ha conllevado la incorporación de la categoría de riesgos penales al Mapa de riesgos de la Compañía, dado que hasta entonces estos se englobaban en la categoría de riesgos de cumplimiento.

Asimismo, dentro de otras categorías de riesgos ya existentes se han determinado líneas de actuación que contemplan posibles riesgos emergentes como es el caso de los factores ESG. En este sentido y debido a la creciente regulación en materia de sostenibilidad, el Grupo está trabajando en la identificación de riesgos actuales y potenciales relevantes y prioritarios en materia de sostenibilidad, en el marco de la actualización del Análisis de Doble Materialidad conforme a los estándares ESRS¹¹ y en el Procedimiento de Diligencia Debida en materia de Derechos Humanos, con el fin de cumplir tanto con los requerimientos de la *Corporate Sustainability Reporting Directive* (CSRD), así como con las Salvaguardas Mínimas enunciadas en Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea.

DURANTE 2023 EL GRUPO ACTUALIZÓ SU SISTEMA INTERNO DE INFORMACIÓN, ADAPTANDO Y MEJORANDO EL CANAL DE CONSULTAS Y DENUNCIAS, CON EL FIN DE CUMPLIR CON LOS REQUISITOS Y GARANTÍAS PREVISTAS EN LA LEY 2/2023 QUE REGULA LA PROTECCIÓN DE LAS PERSONAS QUE INFORMEN SOBRE INFRACCIONES NORMATIVAS Y DE LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN (LPI)

Considerando los riesgos inherentes a su actividad el Grupo Atresmedia como medio de comunicación, está sujeto al cumplimiento de la **Ley General de Comunicación Audiovisual** actualizada por la Ley 13/2022 de 7 de julio, fruto de la trasposición de la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual-DSCA-). Por tanto, y con el fin de dar cumplimiento a la normativa y su actualización, el Sistema de Gestión y Control de Riesgos de Atresmedia, incorpora medidas orientadas a cumplir con las obligaciones relacionadas con la protección del menor, las limitaciones sobre el volumen y contenido de los mensajes publicitarios, la accesibilidad de los contenidos o la inversión en cine y series españolas.

Además, la Compañía monitoriza constantemente sus riesgos para poder anticiparse a posibles riesgos emergentes y poder minimizar su impacto en caso de que aparezcan y se materialicen. Para ello, el Grupo dispone del Modelo de Gestión de Riesgos Corporativos, del Modelo de Riesgos ESG y de los Sistemas de Control Interno de Información Financiera y No Financiera que se constituyen como elementos claves para su gestión.

Como complemento al presente documento, Atresmedia publica en su informe anual de gobierno corporativo (IAGC) la información relativa al funcionamiento y la estructura de su sistema de evaluación y gestión de riesgos financieros y extra-financieros

¹¹ *European Sustainability Reporting Standards* refiere a las normas elaboradas por el Grupo Consultivo Europeo en materia de Información Financiera (por sus siglas en inglés, EFRAG).

7.4.1 Modelo de Gestión de Riesgos Corporativo

EN 2023 ATRESMEDIA HA ADAPTADO SU CÓDIGO DE CONDUCTA A LA LPI, CON EL FIN DE REFLEJAR SU COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS HUMANOS Y DATOS PERSONALES, INCORPORANDO PAUTAS DE CONDUCTA SOBRE EL USO DE HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Herramientas de control

El Grupo Atresmedia dispone, además del Código de Conducta Corporativo actualizado en 2023, de una serie de **herramientas de control** para cada riesgo identificado en el Mapa de Riesgos corporativo:

- **Políticas, procedimientos y protocolos** que, junto con la regulación específica que afectan a su actividad, componen el **Modelo de Cumplimiento Normativo de Atresmedia**. La existencia de estas herramientas de control se difunde, adecuadamente, a través de los canales comunicación corporativos a las áreas y personas afectadas.
- **Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF)** que comprende todos aquellos procedimientos de control relacionados con el Sistema de Control Interno de elaboración y emisión de Información Financiera. De esta forma busca aportar información fiable, integra, veraz y homogénea a los grupos de interés (inversores y mercado). Asimismo, en 2021 se implantó el Sistema de Control Interno sobre la elaboración y emisión de la Información No Financiera (SCIINF), con el objetivo de que esta información paulatinamente vaya incrementando su nivel de fiabilidad y robustez, tal y como sucede con la información financiera.
- **Comité de Cumplimiento Normativo y Responsable de Cumplimiento Normativo**. El Comité de Cumplimiento Normativo es un órgano colegiado que realiza el seguimiento del cumplimiento normativo del Grupo. Está compuesto por aquellas personas con responsabilidad en la dirección, vigilancia, coordinación e integración de las políticas corporativas y de las acciones encaminadas al cumplimiento de la legislación y normativa aplicable (normativa externa y relacionada con los procedimientos y protocolos internos) y que tiene la responsabilidad de la supervisión del cumplimiento del Código de Conducta, así como supervisar la gestión del Canal de Consultas y Denuncias. En cuanto al Responsable de Cumplimiento Normativo, es el responsable de la implantación y seguimiento del Sistema de Prevención Penal del Grupo. A su vez es el encargado de aportar asesoramiento a directivos y administradores en todos los aspectos relacionados con cuestiones que pudieran tener consecuencias penales.
- **Reglamento Interno de Conducta en Materias Relativas a los Mercados de Valores (RIC)**.
- **Herramientas de Control** que se componen a su vez por:
 1. Sistema GRC (Governance, Risks and Compliance).
 2. Sistema de gestión de compras.
 3. Sistema de gestión y autorización de propuestas de contratación.
 4. Sistema de gestión y autorización de presupuestos de programas.
 5. Comité de Seguimiento de Inversiones.
 6. Comité de Inteligencia Artificial.
 7. Sistema de calidad.
 8. Aplicación informática para el cumplimiento del Reglamento interno en materias relativas a los Mercados de Valores - Portal del Iniciado.

- **Canal de Consultas y Denuncias** que ha sido actualizado según las disposiciones previstas en la Ley 2/2023 y permite a todos los empleados y terceros que tengan relación con Atresmedia **realizar consultas y/o denuncias sobre conductas u omisiones que supongan una infracción del ordenamiento jurídico** (ver apartado [7.6 Cumplimiento normativo](#)). La comunicación con el Canal de Consultas y Denuncias se puede realizar de forma confidencial o anónima a través de una nueva herramienta accesible a través de la web corporativa de Atresmedia y de la intranet.
- **Modelo de Prevención Penal y Responsable del Cumplimiento Penal** que ha sido revisado en 2023 con el fin de identificar aquellos delitos dentro de la nueva normativa que pudieran afectar al Grupo Atresmedia (llevándose a cabo una nueva evaluación de riesgos relacionados con delitos de cumplimiento del Grupo), y que tiene la responsabilidad de revisar posibles medidas de mitigación tales como políticas y procedimientos para identificar necesidades de actualización futuras.

Sistema de Control Interno sobre la Información No Financiera (SCIINF)

Para el Grupo Atresmedia, en su rol como medio de comunicación, pero, sobre todo, por ser una sociedad cotizada, es esencial seguir las recomendaciones de la **CNMV** y del resto de entes reguladores orientadas al establecimiento de mayores niveles de control sobre la información que se reporta en el Estado de Información no Financiera. En este sentido, **Atresmedia ha implantado su propio SCIINF**, Sistema de Control que contribuye a asegurar que la información de *reporting* no financiero es cada vez más **adecuada, íntegra y fiable**, al igual que sucede con la información financiera del Grupo y sobre la cual ya se han implementado controles en el Grupo desde hace varios años.

Dicho sistema se asienta sobre los siguientes pilares:



Modelo de gestión de riesgos ESG

La gestión de los riesgos ESG se ha convertido en un elemento esencial para las organizaciones debido a que pueden impactar negativamente en el desarrollo, desempeño, posición financiera y



rentabilidad de las compañías. En este sentido, Atresmedia asume la importancia de la gestión de estos riesgos y por ello dispone desde 2020 de un **Modelo de Riesgos ESG** enmarcado en el Sistema de Gestión de Riesgos Corporativo del Grupo. Asimismo, y como parte del compromiso de la Compañía con la gestión responsable y sostenible de su modelo de negocio, **la Política de Riesgos de Atresmedia**, actualizada en 2021, contempla en la categoría de riesgos a los Riesgos Ambientales, Sociales y de Gobierno (ESG, por sus siglas en inglés). Este Modelo de Riesgos ESG cuenta con las siguientes dimensiones:

Identificación de Riesgos ESG
Se identifican aquellos riesgos ESG que puedan suponer una potencial amenaza a la estrategia y a la consecución de los objetivos empresariales de una entidad. En cada una de las tres categorías de riesgo ESG se identifican cuáles son los temas clave, al objeto de obtener un inventario detallado de Riesgos ESG.
Evaluación de Riesgos ESG
Esta evaluación se realiza bajo la misma metodología de evaluación del resto de riesgos: impacto, probabilidad y criticidad.
Identificación de controles que mitiguen los riesgos ESG
Esta etapa consiste en identificar controles ya existentes en el Modelo GRC, establecer nuevos controles y medidas ay determinar indicadores relativos al EINF.
Supervisión, control y seguimiento del Modelo de Riesgos ESG
Este modelo dispone de un inventario de riesgos ESG identificados, los controles asociados y su posterior evaluación, así como el detalle de otras medidas existentes para mitigar riesgos. El Modelo de Riesgos ESG se incluye dentro del Modelo de Gestión de Riesgos Corporativo del Grupo Atresmedia. Asimismo, y siguiendo las recomendaciones de Buen Gobierno, se incluirá en las Políticas e informes de Riesgos que publique el Grupo Atresmedia para que los riesgos no financieros se encuentren posicionados al mismo nivel que los riesgos financieros.

7.4.2 Riesgos materializados durante 2023

A continuación, se detallan los principales riesgos de Atresmedia que se han materializado en 2023, categorizándose los mismos en los siguientes ámbitos:

- La evolución del mercado de la publicidad condicionado por la incertidumbre del entorno macroeconómico de **inflación** y que está marcado por distintos aspectos geopolíticos.
- Otros riesgos materializados relacionados con **litigios y contenciosos administrativos**.

Con relación al mercado de la publicidad y a pesar de la tendencia de recuperación de este mercado observada desde 2022, su consistencia aún está condicionada. Esto se debe principalmente a la inestabilidad general mostrada por la economía, consecuencia de las alteraciones en la cadena de suministro y la subida de los precios de la energía, así como derivado de la falta de consenso para abordar la situación por parte de los países miembros de la Unión Europea. Aunque la evolución de este marco global aún es incierta, han surgido avances como las medidas adoptadas por el Banco Central Europeo que, a fin de contrarrestar las consecuencias de la inflación, buscan incrementar las tasas de interés.

En lo que respecta a los grandes anunciantes como principales afectados por la inestabilidad de la economía, al igual que en 2022, esta situación ha provocado que aún no recuperen los volúmenes de inversión publicitaria previos a 2020. A pesar de ello, el Grupo Atresmedia ha sido capaz, a través de una innovadora Política Comercial, de presentar un incremento en la línea de ingresos publicitarios.



No obstante, en base a este escenario de crecimiento, aún bajo, y para poder atajar la incertidumbre a la que se enfrenta el sector de la publicidad del Grupo se han tomado las siguientes **medidas de reducción de impacto**:

- **Implantación de la modificación la Política Comercial** para adaptarla y reorientarla a sectores y soluciones publicitarias surgidas y/o identificadas. De esta manera se propicia la adaptación a nuevos anunciantes y sectores económicos.
- **Contención y disciplina de costes** que permita compensar y absorber la inflación que impacta en los ámbitos de operaciones y contenidos con el fin de mantener y mejorar la rentabilidad del Grupo.
- **Monitorización de forma constante del circulante y la financiación** para asegurar una liquidez necesaria para financiar la operativa de Atresmedia.

Por otro lado, y con respecto a los riesgos materializados relacionados con **litigios y contenciosos administrativos**, durante 2023 se mantuvieron los principales riesgos materializados en 2022, relacionándose los mismos con los siguientes aspectos:

- Sanción económica impuesta a Atresmedia/Mediaset de la mano de la **Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia** (CNMC) y su expediente sancionador S/DC/0617/17. Se impuso una sanción económica a ambos operadores y se estableció la prohibición de algunas conductas que se consideró eran contrarias a la competencia. La Resolución fue impugnada por Atresmedia mediante la interposición de un recurso contencioso-administrativo ante la Sala de lo Contencioso Administrativo de la Audiencia Nacional habiéndose depositado en junio de 2021 el aval bancario por la cantidad total de la sanción.
- Proceso penal relacionado con la **SGAE** derivado de la investigación abierta en febrero de 2020 por el Juzgado Central de Instrucción nº 2 de la Audiencia Nacional a Atresmedia en el procedimiento de Diligencias Previas del año 2017. Este procedimiento dirigido, contra personas físicas y entidades jurídicas, tenía por objeto la investigación de presuntas actividades delictivas susceptibles de un delito de corrupción en los negocios previsto y penado en el artículo 286 bis del Código Penal. Cabe mencionar que durante el ejercicio 2022 se finalizó la fase de instrucción y se solicitó el archivo de las actuaciones, no habiendo novedades significativas durante el ejercicio 2023.

Dentro de las actuaciones durante la fase de instrucción, el Sistema de Prevención Penal fue evaluado por un perito independiente resultando conforme a la legislación vigente.

EN 2023 EL RESULTADO DE LA REVISIÓN DEL MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS HA CONCLUIDO QUE ESTE ES CONFORME A LA LEGISLACIÓN VIGENTE Y QUE SE ADAPTA Y EVOLUCIONA CUANDO ES NECESARIO O CUANDO SE IDENTIFICAN DEBILIDADES U OPORTUNIDADES DE MEJORA

El modelo ha logrado alcanzar unos elevados niveles de calidad tomando como referencia los estándares nacionales e internacionales en esta materia que permiten, a su vez, que el sistema de gestión del cumplimiento de Atresmedia sea eficaz. Gracias a todos estos aspectos e incorporando este modelo a la cultura de cumplimiento del Grupo, se logra dar respuesta a las demandas y expectativas tanto de los reguladores como del resto de grupos de interés de Atresmedia.

7.4.3 Ciberseguridad

La empresa AtresmediaTech, responsable de la tecnología de la información del Grupo Atresmedia, aplica medidas de ciberseguridad para garantizar la disponibilidad, integridad y confidencialidad de la información mediante la utilización de elementos y servicios tecnológicos para protegerse contra diferentes tipos de amenazas. Para un grupo como Atresmedia es fundamental contar con unos sistemas de información ininterrumpidos, dado que su actividad se extiende las 24 horas del día en

todos sus entornos y áreas de negocio. Por todo ello, es de gran relevancia detectar, gestionar y, en su caso, minimizar los eventos de seguridad.

En este sentido, el Área de Ciberseguridad se encarga de la gestión de la seguridad de la información, definiendo y organizando las acciones de forma coordinada con las distintas áreas con el fin de garantizar un entorno seguro para la información y tratamiento de datos relevantes para la operación de gestión y producción.

El servicio gestionado de apoyo a la ciberseguridad tiene un alcance que afecta a las sociedades del Grupo según su naturaleza¹², especialmente a aquellas entidades cuya infraestructura tecnológica es compartida. Además de que su gestión y administración se centralice en los departamentos técnicos de AtresmediaTech, Ingeniería de TV y Radio de San Sebastián de los Reyes.

ATRESMEDIA CUENTA CON UNA POLÍTICA CORPORATIVA DE SEGURIDAD INFORMÁTICA QUE RECOGE Y DESTACA EL COMPROMISO CON LA SEGURIDAD, LA INFORMACIÓN Y LOS SISTEMAS QUE LA SOPORTAN POR CONSIDERARSE ACTIVOS ESTRATÉGICOS PARA EL GRUPO

Para garantizar tanto la calidad de los servicios del Grupo como la seguridad de la información, Atresmedia considera que es imprescindible contar con un sistema robusto en materia de ciberseguridad. Esto se debe a que en la actualidad existen diversos factores que pueden impactar significativamente a la Compañía en el desarrollo de su actividad tales como:



Adicionalmente, Atresmedia dispone de un Modelo de Seguridad Informática (MSI) diseñado específicamente para el Grupo, que es revisado periódicamente y que posee una capacidad de evolución continua, con el fin de adaptarse a un contexto de gran complejidad y en continuo proceso de cambio respecto a las ciberamenazas y las nuevas áreas de actividad del Grupo. Las principales características del modelo se centran fundamentalmente en que:

- Posee un modelo organizativo que implica a los órganos de administración y a la Alta Dirección.
- Cuenta con seguridad gestionada, vigilante y resiliente, con controles enfocados en la protección, detección y respuesta.
- Contempla el ámbito de las tecnologías de la información (IT) y de los entornos digitales de la televisión y radio.
- Tiene foco en los principios de seguridad: confidencialidad, integridad y disponibilidad.
- Promueve la cooperación con organizaciones referentes en la materia de seguridad de la información.

¹² En este caso; Atresmedia Corporación, 6&M, Antena 3 Noticias, Atres Advertising, Atresmedia Tech, Uniprex y Uniprex Televisión.



El Modelo de Seguridad Informática se recoge en la Política de Seguridad Corporativa, a partir de la cual emanan las políticas, normas y procedimientos que permiten la definición, implantación y seguimiento de controles. Este modelo se basa en un proceso de mejora y actualización continua.

Asimismo, las medidas y tecnologías de seguridad aplicadas por Atresmedia se agrupan en los conceptos de protección, detección y respuesta, con alcance en distintos entornos tales como *cloud*, puesto de trabajo, servidores, almacenamiento y comunicaciones.

En esta línea, este modelo posee diversas funciones y necesidades de seguridad entre las que se destacan:

1. **Servicios de apoyo a la Ciberseguridad** que engloba:
 - a) Oficina técnica de seguridad.
 - b) Proceso de monitorización continua de la infraestructura.
 - c) Análisis y gestión de vulnerabilidades.
 - d) Centro de Operaciones de Seguridad (SOC), encargado de la monitorización, detección temprana y gestión de incidentes.
2. **Autoridad de Registro** que contempla la autoridad registrada y autorizada para la emisión y la gestión y control de certificados digitales.
3. **Gestión de incidentes.**
4. **Conflictos geopolíticos** que presta especial atención a los conflictos internacionales que puedan existir en la actualidad tales como el conflicto Rusia-Ucrania, revisando los riesgos que implican a Atresmedia como emisor de opinión y elaborando planes de acción con las medidas técnicas definidas e implementadas.
5. **Cyber Gurú** que contempla la plataforma de campañas de *phishing* y *smishing* para mejorar la concienciación y capacitación de empleados.
6. **Vigilancia digital** que engloba el servicio de detección de amenazas externas tales como el abuso de marca, ocupación de dominios, fuga de información, suplantaciones, perfiles VIP, entre otros.
7. **Póliza de ciberseguridad** que considera las coberturas ante daños técnicos, operativos, legales, reputacionales y a terceros.

Adicionalmente, los riesgos cibernéticos tecnológicos pueden traer implicaciones de carácter reputacional u operacional para el Grupo Atresmedia. Por ello, en términos estratégicos, la ciberseguridad se gestiona de forma **proactiva, vigilada y resistente y busca aportar valor a todos los niveles de la organización**, prestando especial atención a todos aquellos aspectos relacionados con la reputación de la marca debido al impacto que pudiera tener sobre la misma.

Inteligencia Artificial (IA)

Los avances más recientes y emergentes en el campo de Inteligencia Artificial han generado una serie de **debates, información y numerosas incertidumbres sobre su uso e impacto**. En ese sentido, para Atresmedia la IA es una herramienta que puede traer innumerables beneficios si se utiliza de forma responsable, siendo conscientes de que si no se gestiona adecuadamente podría implicar determinados **peligros y riesgos no deseados**.

En ese sentido, el Grupo ha analizado cómo incorporar diferentes herramientas de IA y sus respectivas implicaciones, con el fin de establecer su visión y posicionamiento como Compañía ante el uso responsable de las mismas. Asimismo, Atresmedia ha avanzado en definir un plan de implementación basado en el desarrollo de casos específicos de uso que aporten ventajas competitivas y resultados efectivos tanto a nivel operativo a las distintas áreas de la compañía, como al Grupo en su conjunto y a la sociedad en la que está presente. Adicionalmente, se ha desarrollado para todo el Grupo una guía relativa al uso limitado y responsable de las aplicaciones de IA en el ámbito profesional, con el fin de tener un consenso a nivel global como Compañía. Con el objetivo de



adaptarse a este nuevo entorno, Atresmedia ha aprobado en diciembre de 2023 una nueva [Política de uso de las herramientas de Inteligencia Artificial y conexas](#).

ATRESMEDIA HA APROBADO EN 2023 UNA NUEVA POLÍTICA DE USO DE LAS HERRAMIENTAS DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) Y CONEXAS

Por todo ello, y siempre tomando como referencia este reglamento para aminorar los posibles riesgos asociados, se considera que el uso de herramientas de IA tiene un enorme potencial para contribuir a optimizar el negocio y sus procesos. En ese sentido, este reglamento sirve como material de apoyo en la implementación de herramientas en las áreas de negocio y áreas corporativas, garantizando su uso adecuado.

7.4.4 Protección de datos

La protección de datos para Atresmedia es un aspecto de especial relevancia dado que las distintas sociedades que conforman el Grupo llevan a cabo tratamientos de datos personales de empleados, clientes, proveedores y otros participantes de la actividad que desarrollan. 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**.

En este sentido, Atresmedia cuenta con un **Modelo de Protección de Datos Personales** y una **Política General de Protección de Datos** que aplica a todas las empresas que integran el Grupo, considerando tanto a los **empleados, como a los directivos y a los administradores**. Ambos elementos son esenciales para garantizar en el Grupo el correcto tratamiento de datos personales que se realicen bajo su responsabilidad o en el contexto de prestaciones de servicios y estén relacionados con su gestión corporativa o con su actividad empresarial, cualquiera que sea la procedencia y la tipología de los datos personales tratados.

Asimismo, el **Modelo de Protección de Datos define las principales directrices que establecen los parámetros de organización y gobernanza en relación con la privacidad y protección de los datos**. De este modo, se consolida un modelo de gobierno capaz de alcanzar los objetivos propuestos, definiendo actores, funciones y responsabilidades, así como los procedimientos operativos que permiten el cumplimiento de las normas relacionadas con la privacidad de datos de carácter personal.

La vulneración por el fallo de mecanismos de control de la privacidad y seguridad de estos datos personales supondría un riesgo para el Grupo dado que podría incurrir en denuncias, multas, y daño reputacional entre otros, por lo que el Modelo prevé la implementación de distintas medidas de responsabilidad proactiva, entre otras:

- Gestión de los análisis de riesgo en los tratamientos de información a través de las herramientas del Registro de Actividades de Tratamiento (RAT) y de las Evaluaciones de Impacto sobre la Protección de Datos, considerando la gestión de derechos, así como violaciones de la seguridad de los datos.
- Implementación de controles a los responsables del tratamiento de información para verificar el cumplimiento de la normativa y la actualización del RAT.
- Asignación de un Delegado de Protección de Datos (DPD).
- Realización de auditorías sectoriales.
- Implementación de actividades formativas y de sensibilización en materia de protección de datos y privacidad dirigidas a empleados.

ATRESMEDIA CUENTA CON UN COMITÉ DE PRIVACIDAD QUE VELA POR EL CUMPLIMIENTO DEL MODELO Y DE LA NORMATIVA VIGENTE EN MATERIA DE PROTECCIÓN DE DATOS



En el marco de las auditorías sectoriales que se realizan anualmente, este Comité aprobó en 2023 la realización de una auditoría independiente sobre la plataforma de homologación de proveedores.

En 2023 con el fin de reforzar los controles sobre los contenidos informativos, **el Comité de Privacidad ha aprobado los Protocolos para la Protección de Datos Personales en contenidos informativos de Uniprex, así como de programas de actualidad y entretenimiento de televisión.** Su finalidad es detallar las líneas de actuación que permitan garantizar el derecho a la protección de los datos personales en la producción y difusión de contenidos informativos en los distintos medios del Grupo. En este sentido se ha impartido, además, una formación específica de forma presencial a más de 200 empleados sobre protección de datos en programas informativos.

Adicionalmente, en el marco de los compromisos derivados de la adhesión al Pacto Digital en el año 2020 cuyo objetivo es educar a los ciudadanos sobre contenidos sensibles de internet y sus consecuencias, Atresmedia ha llevado a cabo en 2023 campañas de concienciación en materia de protección de datos. Como ejemplo de ello, destaca la difusión gratuita del *spot* de la campaña *A un click de ayudarles* en sus canales de televisión y radio, y en la página web y redes sociales de la Fundación Atresmedia. Esta campaña ha sido promovida en conjunto con la Asociación Europea para la Transición Digital (AETD), la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y la Fundación ANAR (Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo). En línea con lo anterior, cabe destacar la adhesión de la Fundación Atresmedia a la propuesta de Pacto de Estado “protegiendo a la infancia y adolescencia en el entorno digital”.

Respecto a los derechos de los interesados, durante 2023 se han registrado y gestionado un total de 2.894 peticiones de ejercicio de derechos de protección de datos, a través del correo electrónico del Delegado de Protección de Datos. Estas peticiones se relacionaron principalmente con la solicitud de supresión de datos personales y solicitudes de baja de servicios digitales. Por otra parte, la AEPD ha iniciado en 2023 dos procedimientos sancionadores, uno contra Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. por la difusión en sus sitios web del audio facilitado por un Tribunal sin distorsionar, y la segunda contra Uniprex, S.A.U por la difusión de un vídeo en el perfil en redes sociales de una emisora de radio local. Ambos procedimientos que se han cerrado con una sanción de 30.000 euros en cada caso.

Durante 2023, Atresmedia no ha tenido que comunicar ninguna brecha de seguridad que afecte a datos personales.

7.4.5 Calidad en la gestión

Uno de los objetivos principales del Grupo Atresmedia es asegurar la **calidad en la gestión**, así como en la programación y en los espacios publicitarios que emite. Para ello, cuenta con un **Sistema de Gestión de Calidad que** establece las bases y estándares necesarios para obtener la calidad deseada.

Este sistema está orientado a garantizar el adecuado registro, control y seguimiento de incidencias que puedan o no afectar a la emisión de sus contenidos en los diferentes soportes. A través de una aplicación corporativa, **el sistema identifica, clasifica y categoriza todas las incidencias con efecto y sin efecto en la emisión.** A su vez, el sistema tiene la misión de detectar posibles mejoras en los procesos claves de Atresmedia, tratando de eliminar cualquier incidencia que tenga impacto en los espectadores o usuarios.

Asimismo, existe un **sistema de comunicación y reporting** destinado a que los encargados de adoptar estas mejoras puedan desempeñar sus labores con éxito. Este sistema ha sido revisado en 2023 con el objetivo de dar una respuesta temprana a las incidencias emergentes y en consecuencia se ha redefinido su periodicidad, estableciéndose de forma semanal actualmente, en lugar de trimestral como sucedía hasta el ejercicio 2022. Este sistema de comunicación y *reporting* reporta a la dirección del Grupo y a la dirección de los distintos negocios el origen de las incidencias de calidad, su descripción, su efecto y su clasificación. Adicionalmente y con el objetivo de asegurar su correcto funcionamiento, Atresmedia ha asignado a la Dirección de Auditoría Interna y Control de Procesos la responsabilidad de coordinar el Sistema.

Este sistema sigue los siguientes pasos:



Para asegurar la máxima calidad, además de las actuaciones del sistema ya mencionadas, Atresmedia ha establecido un **procedimiento rutinario adicional focalizado en las emisiones al aire en directo**, que por su propia naturaleza son más susceptibles de sufrir incidencias respecto a aquellas emisiones que han sido previamente planificadas y pautadas. Este procedimiento es liderado por el departamento técnico que da soporte para detectar y solventar *in situ* posibles incidencias en la emisión. Todo ello, ha permitido que en el momento de producirse incidencias relevantes en la emisión de los contenidos se proceda al análisis de las mismas, así como del impacto en las áreas afectadas, implementando planes de subsanación cuando ha sido necesario.

COMO RESULTADO DE LAS ACTUACIONES DEL GRUPO, LAS INCIDENCIAS REGISTRADAS EN LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN, GRABACIÓN Y EMISIÓN DE LOS CONTENIDOS MANTIENEN UNA EVOLUCIÓN MUY FAVORABLE CON UN DESCENSO CONTINUADO

7.5 Cadena de suministro

Atresmedia, debido a su actividad, diferencia entre dos tipos de proveedores con los que se relaciona de forma diferente y personalizada. Por un lado, el Grupo cuenta con **proveedores de bienes y servicios**, por otro lado, con **productoras y distribuidoras de productos audiovisuales** que suministran contenido que posteriormente el Grupo difunde en sus canales.

En ambos casos, Atresmedia establece mecanismos para garantizar una buena relación con su cadena de suministro. En este sentido, promueve entre ellos el conocimiento de su **Código de Conducta**, en el que se recogen los principios de actuación que deben regir la relación entre los proveedores y la empresa. El Código de Conducta de Atresmedia contempla relaciones basadas en un marco de colaboración que permita y facilite la consecución de los objetivos mutuos y el **cumplimiento de la responsabilidad social de Atresmedia**. Todo ello, ajustándose siempre a la normativa interna vigente en el momento de la contratación, garantizando la transparencia y la igualdad de trato.

Además, Atresmedia manifiesta su intención de evitar contratar con aquellos proveedores cuyos intereses personales, actividades externas, intereses económicos o relaciones puedan suponer un conflicto de interés para el Grupo.

Por su parte, a fin de garantizar las buenas prácticas en materia de seguridad de la información y protección de datos, **Atresmedia está comprometida con el correcto tratamiento de la información de sus proveedores**, extendiendo esta práctica entre todos sus empleados. Atresmedia garantiza a todos sus proveedores privacidad y confidencialidad en las conversaciones y transacciones.

Proveedores de bienes y servicios

El 1 de junio de 2023 se puso en funcionamiento el nuevo procedimiento digital de homologación de proveedores. Dicho procedimiento se encuadra dentro del proceso de transformación continua del Grupo, y tiene como principal objetivo el de agilizar, facilitar y simplificar el proceso de homologación. Con la implementación del nuevo sistema de homologación, se incorpora un nuevo procedimiento digital (*paperless*) de acreditación, recogida y validación de documentación de colaboradores y proveedores a través del Portal del proveedor, que garantiza la fluidez y eficiencia en el proceso. Dependiendo de la residencia fiscal del proveedor y el tipo de compra, si accede a las instalaciones o si realiza tratamiento de datos, se le solicita la correspondiente documentación en los siguientes ámbitos:

- Fiscal
- Tesorería
- Asesoría Jurídica
- Protección de datos
- Recursos Humanos
- Prevención de riesgos laborales
- Responsabilidad civil
- Responsabilidad social corporativa

En este sentido, cabe mencionar que se solicita la homologación a todos los proveedores que vayan a ser contratados por Atresmedia por un importe superior a 3.000 €. Desde que se puso en marcha el procedimiento en el mes de junio y a cierre del ejercicio 2023, el número de proveedores homologados o que están en el proceso de homologación es del 44% del total de proveedores que cumplen esta condición.

ATRESMEDIA HA PUESTO EN MARCHA UN NUEVO PROCEDIMIENTO DE HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES QUE, GRACIAS A LA DIGITALIZACIÓN, GARANTIZA LA TRANSPARENCIA, FLUIDEZ Y EFICIENCIA DEL PROCESO DE CONTRATACIÓN

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 y requisitos recogidos en la **Política de Compras del Grupo**. Esta política garantiza que:

- Los procesos de negociación cumplen con los requisitos de transparencia.
- Las funciones quedan segregadas.
- Se priorizan el ahorro y la optimización de procesos.
- Se tiene en cuenta la responsabilidad social y ambiental de los proveedores.

Además, **en el procedimiento de adjudicación existe una cláusula referente a la responsabilidad social** de los proveedores. Dicha cláusula hace referencia al compromiso de estos con el fomento de la igualdad de oportunidades, el respeto al principio de no discriminación, la seguridad de los empleados y la minimización del impacto ambiental de sus actividades, así como con la lucha contra el Cambio Climático.

Cabe destacar que, en 2023 y al igual que en 2022, **el 94% de los proveedores contratados fueron de origen nacional, lo cual contribuye a minimizar posibles riesgos relacionados con los Derechos Humanos y laborales en la cadena de suministro**, teniendo en cuenta las exigencias de la legislación española en la materia.



Proveedores de bienes y servicios	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Gasto en compras (mill. Euros)	73,9	75	1,5%
Número de proveedores	1.225	1.160	-5,3%
% de proveedores nacionales	94%	94%	0,0%
% de compras a proveedores nacionales	88%	91%	3,4%

El procedimiento de Atresmedia garantiza:



Productoras y distribuidoras

Las productoras y las distribuidoras de contenido constituyen una parte esencial del negocio de Atresmedia. Por ello, el Grupo pone especial interés en la gestión de su proceso de contratación y en la relación con las mismas.

Los contratos firmados con las productoras dependen de la **Dirección de Producción**, la cual es responsable de la gestión de la adjudicación y la relación con estas. El respeto por los valores del Grupo es un aspecto fundamental para todas las áreas y departamentos, por eso, desde del Comité de Televisión se lleva a cabo un proceso de selección y control de todos los contenidos que se producen y emiten. Gracias a este sistema de gestión, Atresmedia consigue velar por la aplicación de sus valores en todo el proceso de creación de contenidos. De este modo, las productoras, a través de la firma de una cláusula de compromiso, tienen que respetar los valores del Grupo, así como sus compromisos ambientales y sociales.

ATRESMEDIA INCLUYE EN EL CONTRATO CON SUS PRODUCTORAS UNA CLÁUSULA ESPECÍFICA SOBRE RESPONSABILIDAD CON LA IGUALDAD, LOS DERECHOS HUMANOS Y LABORALES Y EL IMPACTO EN EL MEDIOAMBIENTE

En el marco de su Política General de Responsabilidad Corporativa, el Grupo Atresmedia incluye en sus contratos con las productoras una cláusula 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.

Atresmedia y las empresas productoras se comprometen a estudiar la inclusión en sus producciones de tramas y/o contenidos relacionados con temas de impacto social entre otros, con la normalización de la discapacidad, la promoción de la diversidad y la igualdad, la sensibilización contra la violencia de género o el respeto de los Derechos Humanos y fundamentales. De igual manera se comprometen a favorecer la accesibilidad de los contenidos a personas con discapacidad.

Conscientes del impacto que las producciones audiovisuales tienen en el medioambiente a través del consumo de recursos, la generación de residuos en los rodajes o el transporte de mercancías y

personas, Atresmedia ha empezado a trabajar en el diseño de medidas que permitan planificar producciones más sostenibles y contribuir así a reducir la huella de carbono de sus producciones propias y ajenas. Estas medidas comenzarán a implementarse en 2024.

A la hora de realizar el proceso de selección y control, Atresmedia exige el cumplimiento por parte de las productoras de la normativa en prevención de riesgos laborales, los convenios sectoriales y cualquier otra que pueda ser de aplicación, además de cuando los menores intervienen en programas o series para el Grupo.

En 2023 el **número de productoras aumentó en un 7%, llegando a un total de 30 productoras en el año 2023** (28 en el año 2022), mientras que el número de programas y series ha disminuido en un 3%, con un **total de 72 contenidos en el año 2023** frente a un total de 74 en el año 2022.

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 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 a entidades extranjeras se realiza dentro de los territorios amparados por la *Financial Action Task Force (FATF)*, impidiendo de esta forma operaciones relacionadas con paraísos fiscales, el blanqueo de dinero, la financiación de actividades terroristas o con cualquier otro tipo de actividad ilícita, minimizando así eventuales daños a la sociedad.

Con la idea de incrementar la sostenibilidad del Grupo Atresmedia y su compromiso con el medioambiente, se ha eliminado la recepción de materiales físicos de los contenidos audiovisuales adquiridos para el Grupo. Además, la casi totalidad de las contrataciones se realizan en formato digital evitando así el consumo innecesario de papel y el transporte del mismo a sus destinatarios.

En 2023 Atresmedia ha mantenido relación con **58 distribuidoras, un 5,17% más que en el año 2022** (55 distribuidoras) y el número de propuestas recibidas se ha incrementado un 2,94%, alcanzando las 136 propuestas.

Además, se ha mantenido la apuesta por las **distribuidoras nacionales, experimentando un alza de un 26,9%, alcanzando un total de 33 distribuidoras nacionales** en comparación a las 26 del año 2022. Este crecimiento y preferencia sostenida por las distribuidoras nacionales se debe principalmente al **incremento de inversión en contenido local y en producción de contenidos en lenguas cooficiales como el catalán, el vasco, el gallego o el valenciano**.

Proveedores de Contenido	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Gasto en compras (mill. Euros)	382,8	395	3,2%
Número de productoras	28	30	7,1%
Número de contenidos (programas y series)	74	72	-2,7%
Número de distribuidoras	55	58	5,5%
Número de propuestas recibidas	132	136	3,0%
% de distribuidoras nacionales	26	33	26,9%

7.6 Cumplimiento normativo

Atresmedia cuenta con un **Modelo de Cumplimiento Normativo y Prevención Penal** que es aplicable a todo su Grupo y a la Fundación Atresmedia. Este Modelo, concebido inicialmente para la



prevención y gestión de los riesgos penales y como mecanismo de posible exención o atenuación de la responsabilidad penal de la persona jurídica (de acuerdo con lo establecido en el artículo 31 bis del Código Penal), tiene actualmente una dimensión mucho más amplia y se ha convertido en el instrumento más flexible, completo y eficaz para extender la cultura de cumplimiento y el enfoque preventivo en todos los ámbitos de las empresas del Grupo, tanto corporativos como de negocio.

Este modelo **se complementa** con otro específico de **Protección de Datos Personales**, cuyo objetivo es velar por la aplicación de las normas en esta materia, en las actividades que suponen un riesgo por implicar un tratamiento de datos personales (empleados, clientes, proveedores, negocios digitales, entre otros).

EL MODELO DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO DE ATRESMEDIA, SE DEFINE COMO EL CONJUNTO DE NORMAS, PROCEDIMIENTOS, HERRAMIENTAS INFORMÁTICAS Y OTROS RECURSOS TÉCNICOS Y HUMANOS, TIENE COMO OBJETIVO LOGRAR QUE LA ACTIVIDAD DEL GRUPO SEA EN TODO MOMENTO RESPETUOSA CON EL ORDENAMIENTO JURÍDICO Y COHERENTE CON LOS PRINCIPIOS ÉTICOS ESTABLECIDOS POR ATRESMEDIA, PARA ORIENTAR SU ACTIVIDAD COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN Y COMO EMPRESA

En la web corporativa hay una sección específica sobre cumplimiento y prevención que recoge la normativa interna más relevante del Modelo (Código de Conducta, Protocolo Anticorrupción, Protocolo de regalos, etc.). Además, desde la página principal de la web corporativa se puede acceder al Canal de Consultas y Denuncias.

En 2023 la principal novedad que ha afectado al Modelo y, en concreto, al Canal de Consultas y Denuncias ha sido la entrada en vigor de 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 (en adelante, LPI).

La nueva norma tiene como finalidad otorgar mayores garantías a las personas que en un contexto laboral o profesional o en el marco de la prestación de servicios, hayan obtenido información sobre presuntas infracciones. De acuerdo con la nueva Ley debe garantizarse:

- La confidencialidad de la identidad del informante y de cualquier tercero mencionado, así como del tratamiento de la información y su investigación.
- La no adopción de represalias.
- El respeto al principio de presunción de inocencia y el derecho de defensa de las partes afectadas.
- La independencia, imparcialidad y ausencia de conflictos de interés.
- La tramitación efectiva de las comunicaciones recibidas.

Atresmedia cuenta desde 2015 con un Canal de Consultas y Denuncias que abarca a todo el Grupo (filiales y participadas en el ámbito de aplicación del Modelo) y a la Fundación Atresmedia. Este canal, que inicialmente era de uso exclusivo para empleados, desde 2021 se amplió a otros grupos del interés externos, permitiendo desde entonces la tramitación de sus denuncias de forma anónima.

El Procedimiento regulador del Canal de Consultas y Denuncias establecía mecanismos para salvaguardar los derechos del denunciante y el denunciado. No obstante, Consejo de Administración a propuesta del Comité de Cumplimiento Normativo y previo informe de la Comisión de Auditoría y Control ha decidido llevar a cabo las siguientes actuaciones para adecuarse a los requerimientos más exigentes de la nueva normativa:

- Se ha establecido el Sistema Interno de Información para todo el Grupo y la Fundación Atresmedia, aprobando su Política General, que enuncia los principios generales del Sistema y que ha sido comunicada a los empleados del Grupo y publicada en la intranet y en la web corporativa;



- Se ha implantado una nueva herramienta de un proveedor externo para la gestión del Canal de Consultas y Denuncias de Atresmedia, que ofrece las funcionalidades y garantías de seguridad exigidas por la nueva norma. Esta herramienta es accesible desde la Intranet A3Mil y desde la página principal de la web corporativa. En este sentido, también se ha aprobado un nuevo procedimiento interno para la gestión de informaciones del canal.
- Se ha nombrado al Responsable de Cumplimiento como Responsable del Sistema Interno, y por tanto, de la gestión del canal.

Además, y tal como se establece por la LPI se ha realizado una consulta previa sobre estas materias a las distintas representaciones de los trabajadores de las empresas del Grupo.

De este modo, el canal ha quedado configurado como cauce de comunicación preferente e integrado, dando una respuesta unificada y acorde con la nueva ley a los requerimientos de distintas normas y recomendaciones. A través del canal se deben comunicar:

- Infracciones del Derecho de la Unión Europea que entren dentro del ámbito de aplicación de los actos de la Unión enumerados en el Anexo de la Directiva (UE) 2019/1937.
- 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 suponga una infracción del ordenamiento jurídico que afecte o menoscabe directamente el interés general o puede suponer una vulneración de los Derechos Humanos y de manera específica 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.

El **Protocolo de Prevención y Detección de Delitos** recoge tanto las **actividades** desarrolladas por el Grupo que tienen un mayor riesgo de estar asociadas a conductas delictivas que conlleven la responsabilidad penal de la persona jurídica, como el **mapa de riesgos penales** junto con su valoración, que se ha elaborado teniendo en cuenta esas actividades, así como los **mecanismos de control** establecidos, generales y específicos para cada delito.

Este Protocolo es un documento vivo al que se van incorporando todas las modificaciones que afectan al Modelo de Cumplimiento y está bajo la supervisión del Comité de Cumplimiento Normativo.

En 2023 las principales actualizaciones llevadas a cabo se han referido a las siguientes cuestiones:

- Aprobación del X Convenio Colectivo de Atresmedia Corporación 2022-2025 que incluye una referencia a esta materia en su régimen disciplinario;
- Revisión del mapa de riesgos penales tras las reformas del Código Penal de 2022 que ha supuesto la incorporación de nuevas actividades susceptibles de dar lugar a la comisión de delitos por la persona jurídica, de acuerdo con el 31 bis del Código Penal, así como la incorporación de nuevos delitos al mismo. Adicionalmente, se ha integrado el mapa de riesgos penales en el mapa de riesgos general del Grupo (ver apartado [7.4 Prevención, control e identificación de riesgos](#)).
- Inclusión de nuevas normas de gobierno corporativo, cumplimiento y privacidad, relativas a los protocolos desarrollados para programas informativos, aprobadas o modificadas en 2023, que actúan como controles adicionales de algunas de las conductas susceptibles de generar riesgo penal para las empresas del Grupo (ver apartado [7.4 Prevención, control e identificación de riesgos](#)).
- Incorporación del Procedimiento de Homologación de Proveedores del Grupo;
- Incorporación de las acciones realizadas para la aplicación de la LPI.



El Código de Conducta de Atresmedia y el Protocolo Anticorrupción son los elementos normativos de control y prevención esenciales en este Modelo. Estos elementos normativos de control y prevención incluyen los siguientes aspectos esenciales:

- El Código de Conducta: recoge principios, objetivos y valores que servirán de guía en todo momento para quienes trabajan o colaboran en las empresas del Grupo.
- El Protocolo Anticorrupción: establece las normas para la prevención de la corrupción y el fraude en el Grupo Atresmedia, completando y desarrollando el Código de Conducta, entre otros aspectos, en relación con las donaciones, patrocinios y demás contribuciones sin ánimo de lucro, así como los procedimientos de diligencia debida que deben aplicarse en las contrataciones en las que intervenga la Administración Pública.

Corrupción y soborno

Los riesgos de corrupción y soborno están relacionados con conductas tipificadas en el Código Penal en distintos delitos identificados en el mapa de riesgos penales: cohecho, tráfico de influencias, corrupción en los negocios y estafa. Con el objeto de prevenir y detectar estos riesgos, Atresmedia tiene implantados, entre otros, los siguientes controles específicos:

1

Procedimiento de control de pagos

Este procedimiento describe las tareas relacionadas con la gestión de los pagos realizados por Atresmedia y por aquellas sociedades del Grupo a las que el Departamento de Contabilidad y Tesorería proporciona soporte, así como los controles establecidos y la segregación de funciones existente.

2

Procedimiento de control de cobros y facturación

Este procedimiento recoge las tareas relacionadas con la gestión de los cobros realizados por Atresmedia y por aquellas sociedades del Grupo a las que el Departamento de Facturación y Cobros da soporte, así como controles establecidos y la segregación de funciones que se considera necesaria para mitigar potenciales riesgos relacionados. Desde 2021 Atresmedia cuenta con un sistema de facturación electrónica que ha supuesto la mejora de los procesos relacionados con la facturación y contribuye a la prevención y detección del fraude.

3

Procedimiento de gastos y dietas

Este procedimiento describe cómo realizar solicitud, autorización y liquidación de gastos de empleados del Grupo, alineado con la Política de gastos de empleados aprobada en el año 2021. Se ha implantado una herramienta que centraliza la gestión de las liquidaciones, optimizando el control y supervisión.

4

Protocolo de operaciones vinculadas

Este protocolo recoge el procedimiento de análisis llevado a cabo por el área gestora de cada operación y por la Dirección de Auditoría interna y Control de procesos en las contrataciones de bienes y servicios con partes vinculadas, que de acuerdo con la Ley de Sociedades de Capital (LSC), aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio. Estas deben ser aprobadas previamente por el Consejo de Administración o, en su caso por la Junta General de Accionistas previo informe de la Comisión de Auditoría y Control, para verificar previamente a su ejecución que la operación es justa y razonable desde el punto de vista de Atresmedia o de la sociedad de su Grupo que vaya a contratar y en su caso, de los accionistas distintos de la parte vinculada.

5

Procedimiento de Compras

Este procedimiento de compras se aplica a la gestión de compras de bienes y servicios considerados como necesarios para el normal desarrollo de la actividad del Grupo



Atresmedia, que se encuentra centralizada en la Subdirección de Compras (Dirección Financiera) y da servicio a todas las sociedades del Grupo. Este procedimiento tiene como fin garantizar la transparencia del proceso, la segregación de funciones, el ahorro y la optimización de las compras realizadas en el Grupo.

6

Proceso de homologación de proveedores

Se requiere para todos aquellos proveedores que vayan a ser contratados por Atresmedia por un importe superior a 3.000 €. El nuevo procedimiento digital (*paperless*) de acreditación, recogida y validación de documentación por parte de los proveedores agiliza, facilita y simplifica su homologación.

7

Protocolo de aceptación y entrega de regalos

Establece las normas que deben seguirse en lo que se refiere a la aceptación de regalos, obsequios o invitaciones de terceros por parte de empleados del Grupo Atresmedia, así como las aplicables a la realización de regalos, obsequios o invitaciones por los empleados de Atresmedia a terceros.

8

Protocolo para la Gestión de Apoderamientos y la utilización de certificados electrónicos

Establece el procedimiento para la gestión interna de los poderes (otorgamiento, revocación, alteraciones, etc.), así como en la obtención y autorización de uso de certificados electrónicos en el Grupo Atresmedia. La evolución y obligatoriedad en muchos casos de las comunicaciones electrónicas, tanto con las administraciones públicas como con terceros, otorga una relevancia creciente a este riesgo, para evitar el uso indebido o fraudulento de la firma electrónica.

Asimismo, el Código de Conducta incluye dentro de sus disposiciones un apartado específico sobre prevención del blanqueo de capitales, en el que se establece que los empleados de Atresmedia tienen la obligación de vigilar aquellos casos en los que pudieran existir indicios de falta de integridad en esta materia.

EL PROTOCOLO ANTICORRUPCIÓN DEFINE CLARAMENTE AQUELLAS ACTUACIONES PROHIBIDAS, COMO EL PAGO A FACILITADORES, CORRUPCIÓN EN NEGOCIOS, TRÁFICO DE INFLUENCIAS, FINANCIACIÓN ILEGAL DE PARTIDOS Y PAGOS EN EFECTIVO

Además de las normas asociadas a la aplicación del Modelo de Cumplimiento Normativo y Prevención Penal, del específico de Protección de Datos y de los órganos que están implicados en su funcionamiento, Atresmedia ha dotado al Modelo de distintas herramientas que contribuyen a que su funcionamiento sea correcto y verificable:

- **Sistema GRC (Governance, Risks and Compliance):** es una herramienta corporativa basada en SAP R3 para la gestión y control de riesgos dentro de la organización, que integra asimismo los riesgos penales. También se han incorporado en esta herramienta controles relacionados con los tratamientos de datos personales.
- **Canal de Consultas y Denuncias:** es una herramienta puesta a disposición de todos los empleados del Grupo y de terceros, para resolver dudas acerca de la aplicación del Código de Conducta y otras normas internas, y comunicar infracciones del ordenamiento jurídico tal y como se mencionado anteriormente. Este canal es el mecanismo de comunicación que procede en este tipo de casos, dado que ofrece garantías de confidencialidad o de anonimato siempre a elección del denunciante.



En 2023 se han recibido a través del Canal de consultas y denuncias 1 consulta y 22 denuncias. Las denuncias están referidas a cinco asuntos que han sido tramitados de acuerdo con lo establecido en su procedimiento regulador, no siendo ninguna de ellas sobre vulneración de Derechos Humanos ni sobre corrupción o soborno.

- **Portal del Iniciado:** es una herramienta que da soporte para el cumplimiento de las normas de abuso de mercado aplicables a Atresmedia como sociedad cotizada y por tanto para la prevención de las conductas constitutivas de delitos contra el mercado de valores.
- **Otras herramientas de control:** Comité de compras, gestión y autorización de propuestas de contratación, gestión y autorización de presupuestos de programas, sistema de calidad, entre otros.

Asimismo, la Fundación Atresmedia como sujeto obligado de las disposiciones recogidas en la Ley 10/2010, de 28 de abril, dispone de controles específicos en esta área, tales como el Protocolo para la Prevención de Blanqueo de Capitales y Financiación del Terrorismo. Además, cuenta con normas de buen gobierno que sirven para asegurar la transparencia y eficacia en el desarrollo de su actividad, siguiendo los principios éticos que rigen las conductas de todos los miembros de la organización.

El Comité de Cumplimiento Normativo aprobó un Plan de Formación, que se ha llevado a cabo en 2022 y 2023, dirigido a todos los empleados del Grupo, incluidos todos los directivos y mandos intermedios, así como a los responsables de controles del sistema SAP- GRC. Con la ejecución de este Plan, al finalizar el ejercicio 2023, habían realizado el curso sobre el Modelo de Cumplimiento y Prevención penal más del 70% de los empleados del Grupo.

En el mes de julio de 2023 este curso se incorporó dentro del programa de *onboarding* para nuevos empleados como formación obligatoria, con el fin de garantizar que éstos conocen el Modelo y el Código de Conducta, así como otra normativa interna del Grupo. Adicionalmente en 2024 se realizarán acciones específicas que tendrán como objetivo formar en esta materia el total de la plantilla del Grupo.

ATRESMEDIA HA INCORPORADO EN 2023 COMO FORMACIÓN OBLIGATORIA PARA TODOS LOS EMPLEADOS DEL GRUPO, EL CURSO SOBRE MODELO DE CUMPLIMIENTO Y PREVENCIÓN PENAL, EN FORMATO ON-LINE.

Adicionalmente, desde el año 2021 se recaba anualmente de los **directivos y mandos intermedios** del Grupo una **declaración expresa** sobre su **conocimiento del Modelo y de sus normas**, así como de ausencia, o en su caso comunicación, de **conflictos de interés**.

Por último, el Responsable de Cumplimiento realiza cada año una comunicación dirigida a todos los empleados del Grupo sobre el Modelo de Cumplimiento con las novedades más importantes, recordando que éste es de aplicación obligatoria. Asimismo, se realizan comunicaciones puntuales sobre cuestiones concretas de especial interés. En 2023 se envió una comunicación informativa sobre la nueva herramienta del Canal de Consultas y Denuncias y el recordatorio habitual sobre la aplicación del Protocolo de entrega y aceptación de regalos.

7.7 Cumplimiento 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, así como con el desarrollo sostenible y con el ejercicio responsable y transparente de su actividad.

En este sentido, la estrategia fiscal de la Compañía vela por el estricto cumplimiento de la ley y la transparencia en todas sus operaciones. Para ello, analiza de forma continua y sistemática todos los

aspectos relativos al negocio, prestando especial atención a la alineación de la planificación fiscal con los objetivos de la Compañía.

Adicionalmente, Atresmedia emplea los incentivos fiscales que le aplican y que están alineados con su actividad y negocio conforme a la normativa vigente. En esta línea, se ha aplicado en 2023 el incentivo fiscal establecido en el **Artículo 39.7 de la Ley del Impuesto en Sociedades**.

Gracias a estos incentivos, el Grupo puede traspasar las deducciones por producción audiovisual generadas a aquellos inversores que estén interesados en financiarlas según los parámetros establecidos en la Ley. Del mismo modo, la financiación recibida, por parte de los inversores a los que se traspasa la deducción, se registra contablemente como subvención.

ATRESMEDIA MANTIENE UN FIRME COMPROMISO EN MATERIA DE CUMPLIMIENTO FISCAL, SUSCRIBE DESDE 2020 EL CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS TRIBUTARIAS DEL FORO DE GRANDES EMPRESAS Y ASUME EN TODO EL GRUPO LOS PRINCIPIOS DE TRANSPARENCIA, BUENA FE, COLABORACIÓN CON LA AGENCIA TRIBUTARIA Y EVITAR POSIBLES CONFLICTOS

Para el Grupo Atresmedia la transparencia fiscal es un aspecto que tiene especial relevancia y que durante los últimos años se ha tenido en cuenta en los distintos Análisis de Materialidad. En línea con el último Análisis de Doble Materialidad, la transparencia fiscal está contemplada como uno de los impactos que supone el **buen gobierno y la ética empresarial** del Grupo en la sociedad, temática identificada como material para el presente año (para más información sobre el Análisis de Doble Materialidad, ver apartado [4. Alcance de este informe](#)).

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.

EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE ATRESMEDIA TIENE LA RESPONSABILIDAD DE APROBAR LA POLÍTICA DE CONTROL Y GESTIÓN DE RIESGOS, INCLUYENDO LOS RIESGOS FISCALES, ASÍ COMO LA RESPONSABILIDAD DE SUPERVISAR LOS SISTEMAS INTERNOS DE INFORMACIÓN Y CONTROL

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 (para más información sobre el Modelo de Gestión de Riesgos Corporativos del Grupo Atresmedia, ver apartado [7.4. Prevención, control e identificación de riesgos](#)).

En 2023, el Grupo Atresmedia ha obtenido un beneficio tributario de 147.663.285 millones de euros (150.393.970 en 2022) distribuidos del siguiente modo:

BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (€)		
2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
150.393.970	147.663.285	-1,8%

En cumplimiento de sus obligaciones fiscales, durante el ejercicio 2023 la contribución tributaria de Atresmedia fue de **7.081 miles de euros en impuestos directos, 1.391 miles de euros en impuestos locales, 2.298 miles de euros en impuestos indirectos (Impuesto sobre Determinados Servicios Digitales) y 112.416 miles de euros en impuestos recaudados**. Respecto a las ayudas recibidas por parte del gobierno, Atresmedia ha recibido en 2023 subvenciones por valor de 168 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 12.341 miles de euros en 2023 y 15.647 miles de euros en 2022.

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	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Impuesto sobre sociedades (miles de euros) ¹³	13.578	7.081	-47,8%
Subvenciones recibidas (miles de euros) ^{14 15}	680	168	-75,3%
Canon RTVE (miles de euros)	21.701	19.417	-10,5%
Deducciones aplicadas (miles de euros)	15.647	12.341	-21,1%

7.8 Relación con los inversores

El establecimiento de relaciones cercanas con los inversores del Grupo Atresmedia es un elemento relevante en el desarrollo de su actividad. Para ello, el equipo de Relación con los Inversores se preocupa por conocer sus necesidades y expectativas, con el fin de intentar adaptarse a ellos y cuidar la relación con los mismos.

En este contexto, es necesario destacar que la crisis derivada por la COVID-19 tuvo un impacto significativo en la actividad del departamento de Relación con los Inversores y en sus relaciones con la comunidad financiera. A lo largo de los tres últimos años se ha ido recuperando la actividad previa a la pandemia, pero es cierto que la manera de relacionarse con los inversores ha cambiado desde entonces. Muchos de los contactos que se mantienen con la comunidad inversora se hacen ya de manera telemática. Esta es una manera rápida y útil de estar al día de los acontecimientos de la compañía y del sector, y utilizada mayoritariamente tanto para llamadas de puesta al día como para

¹³ En 2023 se recibe la devolución tanto del IS 2021 como del 2022.

¹⁴ La cifra de subvenciones recibidas en 2022 se ha re-expresado para unificar criterios con respecto al dado informado en 2023.

¹⁵ La variación observada se debe a que la cifra de 2022 ha sido re-expresada para armonizar criterios. La diferencia se debe a que en 2022 la sociedad UNIPREX recibe más subvenciones de las CCAA que en 2023.



el estudio pormenorizado de análisis y modelos financieros. Por otra parte, todas las conferencias sectoriales que se han celebrado en 2023, a excepción de una de ellas que ha retomado su modalidad presencial, se han hecho de manera virtual. Este modelo parece ya instaurado y probablemente sea el que predomine de cara al futuro, si bien es verdad que el contacto presencial en este tipo de actividades aporta una manera de relacionarse muy enriquecedora.

En este sentido, los canales telemáticos se han utilizado mayoritariamente para llamadas de puesta al día y para aquellos aspectos relacionados con el estudio pormenorizado de análisis y de modelos financieros. Adicionalmente, todas las conferencias sectoriales que se han celebrado en 2023 **se han realizado de manera virtual, a excepción de una de ellas que ha retomado su modalidad presencial**. Este modelo parece ya instaurado y probablemente sea el modelo predominante de cara al futuro, sin perjuicio de que el contacto presencial en este tipo de actividades siga siendo una forma enriquecedora de relacionarse con este colectivo.

En 2023 se han mantenido un total de **102 contactos con inversores** (un 44% menos que en 2022)¹⁶, de los cuales **39 fueron reuniones presenciales** en conferencias sectoriales o *roadshows*¹⁷ (un 57% menos que en 2022), y **63 fueron llamadas telefónicas** (un 30% menos que el ejercicio anterior).

La ciclicidad del sector de la televisión, unido a la desaparición como empresa cotizada de Mediaset España¹⁸ y a los nuevos cambios regulatorios en la industria de servicios financieros¹⁹ han provocado una caída significativa de las coberturas proporcionadas por bancos y casas de análisis a compañías como Atresmedia. Esto ha derivado en menores volúmenes diarios de cotización en las bolsas de las compañías del sector.

Durante este ejercicio, ha seguido aumentando el interés y preocupación por los aspectos ESG de la Compañía por parte de analistas e inversores, siendo las principales preocupaciones de los mismos los aspectos relacionados con las emisiones de CO₂, el Gobierno Corporativo, la seguridad y la privacidad de los datos de clientes o la relación con proveedores.

En este sentido, el departamento de Relación con Inversores ha trabajado, de manera conjunta, con otros departamentos de la Compañía en el desarrollo del **Análisis de Doble Materialidad**. A través del diálogo, la transparencia y la relación con los grupos de interés Atresmedia ha tenido en cuenta las cuestiones y/o inquietudes planteadas por los mismos, identificando determinados impactos positivos que podrían afectar al desarrollo de su negocio. En esta línea, tanto accionistas e inversores han participado en este proceso de evaluación de la Materialidad Financiera, considerando como aspectos relevantes el **Cumplimiento normativo, la Publicidad responsable, la Ciberseguridad y la Accesibilidad de los contenidos**.

Por otro lado, cabe destacar que la presencia de Atresmedia en índices y *ratings* se mantiene en constante aumento durante los últimos años. En 2023, el Grupo ha sido elegido nuevamente para formar parte del índice de sostenibilidad *FTSE4Good Ibex*, índice compuesto por compañías líderes en prácticas de responsabilidad corporativa, que analiza y puntúa aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG). La puntuación mínima para formar parte del índice es de 3,1 siendo la máxima de 5. **En 2023 Atresmedia cuenta con un score de 4,2 como promedio.**

EN 2023 ATRESMEDIA HA ENTRADO A FORMAR PARTE DEL IBEX GENDER EQUALITY INDEX

También, desde junio de 2023, Atresmedia forma parte del índice *Ibex Gender Equality* junto a otras 52 compañías españolas que **fomentan la igualdad de género en los altos cargos en sus órganos de dirección**. Asimismo, Atresmedia ha obtenido en 2023 una calificación de 45 puntos sobre 100 de

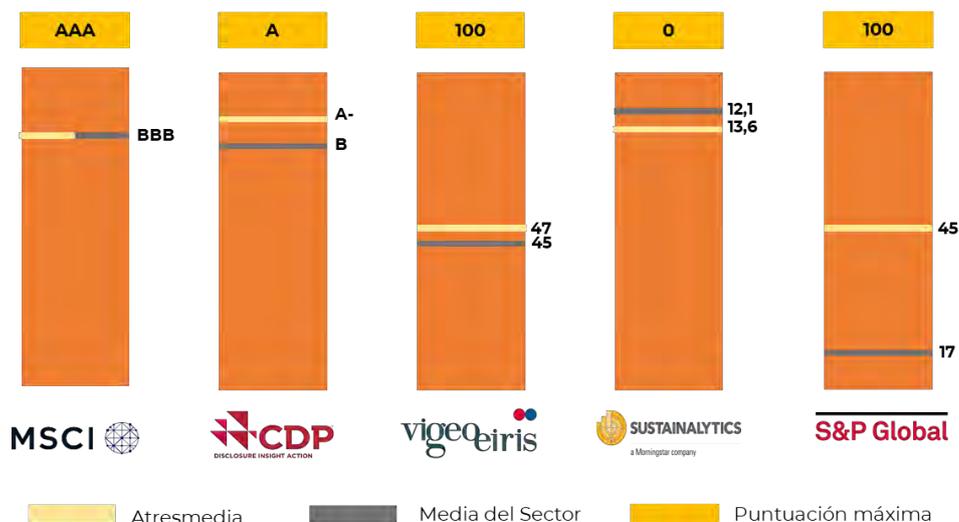
¹⁶ La variación porcentual se debe principalmente a los cambios regulatorios en la industria de servicios financieros y a la desaparición como empresa cotizada en el mercado español del principal competidor de Atresmedia (Mediaset España).

¹⁷ Evento itinerante con el fin de promocionar marcas o productos.

¹⁸ Mediaset España figuraba como principal competidor local de Atresmedia.

¹⁹ Han influido en reducir el número de contactos entre inversores y compañías emisoras.

S&P Global para el índice Dow Jones, muy por encima del sector que se sitúa en una calificación de 17. Por último, se ha obtenido calificación en los siguientes índices y ratings:



7.9. Taxonomía de la Unión Europea

7.9.1 Antecedentes

La Comisión Europea impulsó en 2018 un Plan de Acción²⁰ con el objetivo de financiar el crecimiento sostenible, un proceso mediante el cual se pretendía potenciar las finanzas sostenibles y reorientar el flujo de capitales hacia actividades más sostenibles. En este contexto, la Comisión presentó en 2019 el “Pacto Verde Europeo”, un paquete de medidas cuyo objetivo es situar a la Unión Europea (UE) en el camino hacia una transición ecológica, con el fin de alcanzar la neutralidad climática en 2050. A raíz de dicha iniciativa, se han desarrollado varias legislaciones, entre ellas la **Taxonomía Europea**, normativa de referencia para **la clasificación de las actividades económicas según su potencial impacto y contribución a la sostenibilidad**.

La **Taxonomía Europea** es un sistema unificado de clasificación que establece una serie de criterios armonizados para determinar si una actividad es sostenible teniendo en cuenta las prácticas de mercado existentes y las iniciativas y asesoramiento de un grupo de expertos técnicos. Esto sienta las bases para la elaboración de una serie de normas y etiquetas para determinar productos financieros sostenibles. A través del listado de actividades, y el desarrollo de los criterios técnicos de 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.

7.9.2 Contexto normativo

El **marco regulatorio** de la Taxonomía se estableció mediante el **Reglamento (UE) 2020/852**²¹ relativo al establecimiento de un marco para facilitar las inversiones sostenibles y donde se enuncian los seis objetivos medioambientales:

²⁰ Plan de Acción: Financiar el crecimiento sostenible

²¹ 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.

- Mitigación del Cambio Climático.
- Adaptación al Cambio Climático.
- Uso sostenible y la protección del agua y los recursos marinos.
- Transición a 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**²². En el primero, se publicaron aquellas actividades económicas que contribuyen 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 deben divulgar las empresas respecto a actividades económicas ambientalmente sostenibles, junto con la metodología necesaria para cumplir con la obligación de divulgación de información (indicadores y metodología de cálculo).

Adicionalmente, durante el año 2023 se han producido nuevas actualizaciones en el marco normativo de la Taxonomía. El **Reglamento Delegado (UE) 2023/2485**²³ del 27 de junio, que amplía el listado de actividades económicas que contribuyen a la mitigación y adaptación al Cambio Climático, además de actualizar algunos de los criterios técnicos de selección de dichos objetivos. Asimismo, el **Reglamento Delegado 2023/2486** del 27 de junio, que publica el listado de actividades económicas y los criterios técnicos de selección que determinan los requisitos necesarios para considerar que una actividad contribuye de forma sustancial a los siguientes objetivos ambientales: uso sostenible y la protección de los recursos hídricos y marinos, a la transición a una economía circular, a la prevención y el control de la contaminación, o a la protección y restauración de la biodiversidad y los ecosistemas.

Requisitos de reporte derivados de la Taxonomía

La Taxonomía obliga a las empresas a realizar un análisis anual del grado de cumplimiento bajo dos criterios de análisis, elegibilidad y alineamiento, y a reportar dichos resultados en el Estado de Información No Financiera:

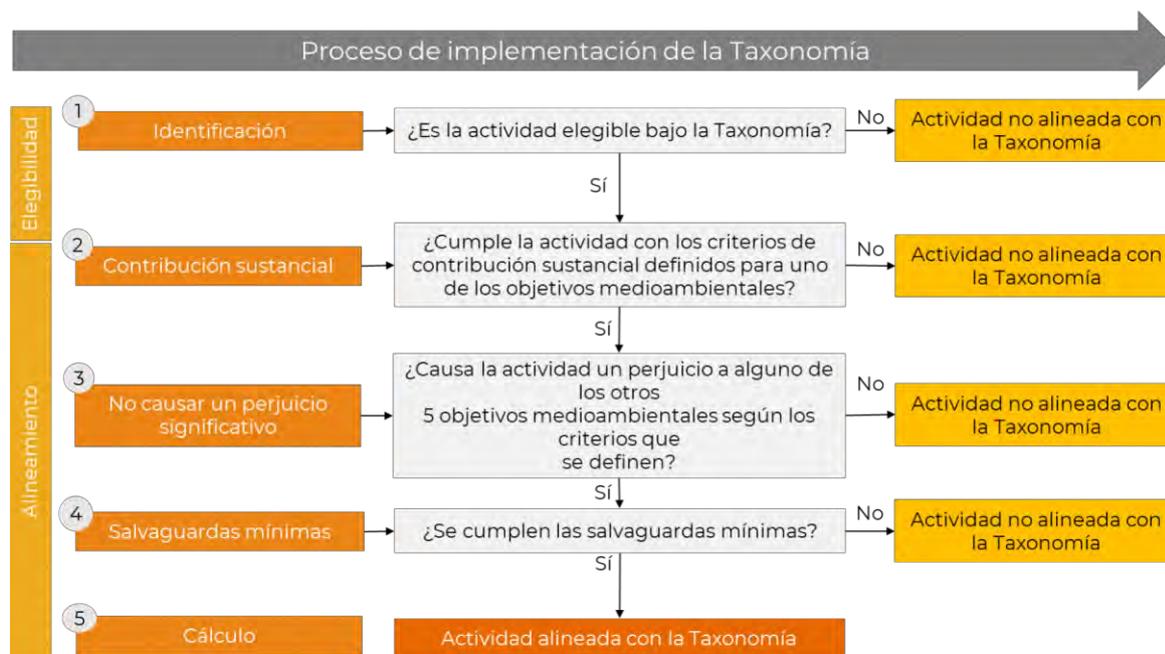
- **Actividades elegibles:** una actividad económica realizada por una empresa es elegible si cumple con la descripción de alguna de las actividades recogidas en los anexos del Reglamento Delegado 2021/2139 de 4 de junio de 2021 o de las actividades recogidas en los anexos del Reglamento Delegado 2023/2486 del 27 de junio de 2023. La elegibilidad tiene una naturaleza de potencialidad, es decir, una actividad elegible es aquella que podría llegar a ser sostenible según la Taxonomía Europea.
- **Actividades alineadas:** el alineamiento de una actividad muestra la contribución sustancial de la misma a uno o más de los objetivos medioambientales definidos por la Comisión Europea. Este concepto es el resultado del cumplimiento, no solo de los requisitos presentes en las definiciones de las actividades, sino además de al menos un criterio de contribución sustancial, del principio de no causar un perjuicio significativo al resto de objetivos (por sus siglas en inglés, DNSH) y de unas salvaguardas mínimas sociales.

Adicionalmente, el Reglamento 2021/2178 determina los indicadores clave de resultados (*KPIs*) que deben reportarse: la proporción que representan las actividades elegibles o alineadas sobre el total de la empresa tanto del **volumen de negocios**, como del **CapEx** y del **OpEx**.

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

²² 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.

²³ Ninguna de las actividades reportadas por Atresmedia en el ejercicio 2023 ha sufrido modificaciones debido a las actualizaciones de dicho Reglamento.



Por otro lado, los requisitos de aplicación de las obligaciones de la Taxonomía han ido evolucionando, siendo únicamente obligatoria el *reporting* sobre elegibilidad de los objetivos de mitigación y adaptación del Cambio Climático en el ejercicio 2021. En el ejercicio 2022, el *reporting* alcanzó mayor profundidad debiendo divulgar los indicadores tanto en términos de elegibilidad como alineamiento de los mismos objetivos. Sin embargo, de cara al **reporting** relativo al **ejercicio 2023**, Atresmedia deberá reportar la **elegibilidad y el alineamiento** de todas las actividades relacionadas con el cumplimiento de los objetivos climáticos de **mitigación del Cambio Climático y adaptación** al mismo y, adicionalmente, deberá divulgar la **elegibilidad del resto de objetivos medioambientales**.

En la aplicación de la Taxonomía Europea y en los cálculos de los *KPIs*, se ha considerado la actividad de **Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación S.A. y sociedades dependientes** (en adelante el Grupo Atresmedia, el Grupo o Atresmedia) conforme con el perímetro incluido en sus Cuentas Anuales Consolidadas.

7.9.3 Alcance de la Taxonomía

El Grupo Atresmedia, como grupo de comunicación audiovisual, no tiene un elevado potencial impacto sobre Cambio Climático, si bien su actividad y su posición de liderazgo en España le permite sensibilizar e informar a su audiencia en aspectos relacionados con el Cambio Climático. Este escenario implica que la actividad del Grupo se considere como una actividad facilitadora dentro de la Taxonomía Europea. Aun así, esta hipótesis no implica que el Grupo no pueda contribuir a la mitigación del Cambio Climático si realiza alguna actividad económica presente en dicho objetivo taxonómico.

Para comprender las actividades consideradas como elegibles para el Grupo, es necesario contextualizar el modelo de negocio de Atresmedia, el cual se basa principalmente en la **producción, distribución y emisión de contenido audiovisual** que se difunde a través de sus canales tradicionales de televisión en abierto, sus emisoras de radio y su plataforma digital de vídeo bajo demanda, atresplayer.

El Grupo Atresmedia explota comercialmente dichos canales de distribución a través de su comercializadora **Atres Advertising** mediante la inserción de espacios publicitarios que vende a anunciantes para sus campañas publicitarias. Adicionalmente, a través de su filial **SmartClip** (agencia



de comercialización digital) realiza la venta de diversas modalidades de publicidad en internet en soportes de terceros.

Por otra parte, **participa en otros negocios no dependientes de la publicidad**, como la producción de contenido cinematográfico para su explotación en cines, la explotación de contenidos en la plataforma propia de vídeo bajo demanda (atresplayer *Premium*), o la venta de contenido producido por el Grupo a otras televisiones o plataformas de suscripción de vídeo bajo demanda, bien de modo individual o empaquetados en forma de canales completos.

Para el reporte del ejercicio 2023, al igual que en el ejercicio 2022 y en virtud del actual modelo de negocio del Grupo, se han mantenido como parte del análisis de Taxonomía únicamente los negocios no dependientes de la publicidad, es decir, la producción y distribución de contenidos a través de los canales anteriormente mencionados.

7.9.3.1 Análisis de la elegibilidad

Tras la publicación de las actividades del resto de objetivos medioambientales, Atresmedia, ha llevado a cabo un análisis exhaustivo de nuevas actividades potencialmente elegibles. Asimismo, se han analizado las inversiones ambientales del Grupo ejecutadas en el ejercicio 2023, con el fin de comprobar si las mismas están relacionadas con actividades taxonómicas enunciadas en cualquiera de los seis objetivos medioambientales.

En este sentido, tras realizar el análisis de elegibilidad 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**:

- Actividades que pueden contribuir de forma sustancial a la **adaptación al cambio climático** (ya divulgadas en el reporte del ejercicio 2022):
 - **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”.
- Actividades que pueden contribuir de forma sustancial a la **mitigación del Cambio Climático** (nuevas actividades para el reporte del ejercicio 2023):
 - **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)”.

Una vez se ha determinado la elegibilidad de dichas actividades, destacando como novedad la elegibilidad durante el ejercicio 2023 de las actividades 7.3 y 7.4 del anexo de mitigación, a continuación, se detallan las **principales hipótesis** que han sido utilizadas en dicho proceso:

- Por un lado, 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 anexo 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.
- Por otro lado, el proceso de revisión de las inversiones acometidas durante el año 2023 ha aflorado la elegibilidad de las siguientes actividades del anexo de mitigación del Cambio Climático:
 - 7.3, dado que Atresmedia ha invertido en luminarias, aires acondicionados, y filtros solares que mejoran la eficiencia energética de las oficinas del Grupo. Asimismo, se ha incurrido en gastos de mantenimiento asociados a dichos activos.
 - 7.4, dado que Atresmedia ha instalado puntos de recarga de vehículos eléctricos en sus oficinas de San Sebastián de los Reyes.

En este sentido, la siguiente gráfica muestra el resumen de actividades elegibles por *KPI* en base al análisis realizado por Atresmedia:

	Adaptación al Cambio Climático		Mitigación del Cambio Climático	
	8.3	13.3	7.3	7.4
Volumen de negocio	Sí	Sí	No	No
CapEx	Sí	Sí	Sí	Sí
OpEx	Sí	Sí	Sí	No

7.9.3.2 Análisis del alineamiento

El alineamiento se basa en el cumplimiento de tres niveles de análisis: los criterios de contribución sustancial de las actividades elegibles, no causar un perjuicio significativo sobre el resto de los objetivos medioambientales (*DNSH*, por sus siglas en inglés), y las salvaguardas mínimas sociales. En este sentido, a continuación se detalla el cumplimiento de los mismos, diferenciando entre las actividades elegibles del anexo de mitigación y las actividades elegibles del anexo de adaptación.

Análisis del cumplimiento de los criterios de contribución sustancial

Las actividades **8.3** y **13.3** del objetivo de **adaptación al Cambio Climático** están recogidas en el reglamento de Taxonomía como actividades facilitadoras. Para poder considerarse como actividades alineadas, deben cumplir con los criterios técnicos de selección relativos a la contribución sustancial a la adaptación al Cambio Climático. Esta obligación deriva en el requisito de identificación de los riesgos climáticos físicos materiales respecto a la actividad enumerados en el apéndice A de la Taxonomía²⁴.

En el ejercicio 2022, Atresmedia, llevó a cabo un análisis de riesgos climáticos de todos sus activos, evaluando su exposición a los factores de riesgos climáticos a escala de activo, contemplando los marcos temporales de corto plazo (2030) y largo plazo (2050), analizando los escenarios RCP2.6 (en el que los esfuerzos en mitigación conducen a un nivel de forzamiento muy bajo) y el RCP8.5 (con un nivel muy alto de emisiones de GEI) y considerando todos los factores de riesgos expuestos en el apéndice A de la Taxonomía.

Con el fin de evaluar sus riesgos, se analizaron los factores de riesgos, en los diferentes escenarios y marcos temporales mencionados, se tradujeron las implicaciones de los factores de riesgos físicos del Cambio Climático en riesgos operativos y financieros para el Grupo y se evaluó la criticidad de los riesgos, concluyendo que no existían riesgos con potencial de afectar de manera significativa a las operaciones o a los estados financieros de Atresmedia.

Dicho análisis de riesgos climáticos físicos confirma el cumplimiento de los criterios de contribución sustancial a la adaptación del Cambio Climático de las actividades 8.3 y 13.3 al no identificar riesgos corporativos materiales para el Grupo derivados del Cambio Climático (para mayor detalle del análisis de riesgos climáticos físicos, ver apartado [9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático: hacia el Cero Neto](#)).

²⁴ 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.



En cuanto al cumplimiento de los criterios contribución sustancial de **mitigación del cambio climático** de la **actividad 7.3**, se ha determinado que las partidas de CapEx y OpEx asociadas a dicha actividad cumplan con al menos uno de los criterios enunciados en la Taxonomía:

CapEx/OpEx	Criterio de contribución sustancial
Luminarias LED	d) instalación y sustitución de fuentes luminosas energéticamente eficientes.
Filtros solares	a) incorporación de aislamiento a los componentes del cerramiento existentes, como muros exteriores (incluidos los muros ecológicos), cubiertas (incluidas las cubiertas verdes), áticos, sótanos y plantas bajas (incluidas las medidas para garantizar la estanquidad al aire, las medidas para reducir los efectos de los puentes térmicos y el andamiaje) y productos para la aplicación del aislamiento al cerramiento del edificio (incluidas las fijaciones mecánicas y el adhesivo).
Equipos de climatización	e) instalación, sustitución, mantenimiento y reparación de sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado y de calentamiento de agua, incluido el equipo relacionado con los servicios de calefacción urbana, con tecnologías de alta eficiencia.

En cuanto a la **actividad 7.4**, la normativa no requiere del cumplimiento de ningún criterio de contribución sustancial.

Análisis del cumplimiento de los criterios de no causar un perjuicio significativo (DNSH)

Atresmedia ha llevado a cabo el análisis del cumplimiento de los requerimientos exigidos por el criterio de selección "no causar un perjuicio significativo" de las actividades elegibles. 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 otro lado, para las actividades 7.3 y 7.4 del anexo de mitigación del Cambio Climático la Taxonomía enuncia diferentes requisitos, los cuales han sido examinados por Atresmedia para determinar que:

- Todas las partidas de CapEx y OpEx elegible de la actividad **7.3** cumplen con los requisitos enunciados en el **apéndice A** y el **apéndice C**.
- Todas las partidas de CapEx elegible de la actividad **7.4** cumplen con los requisitos enunciados en el **apéndice A**.

Como se ha señalado con anterioridad, el **apéndice A** corresponde a disponer de un análisis de riesgos climáticos físicos del que Atresmedia dispone. En cuanto al **apéndice C**, se ha llevado a cabo una revisión y se ha confirmado que ninguna de las actividades del Grupo se corresponde con la fabricación, comercialización o utilización de cualquiera de las sustancias químicas listadas en dicho apéndice. En este sentido, el Grupo Atresmedia cumple con el requisito DNSH de todas las actividades elegibles.

Análisis del cumplimiento de los criterios de las salvaguardas mínimas sociales

Por último, para que una actividad pueda considerarse alineada con la Taxonomía debe respetar las salvaguardas mínimas sociales. Estas se analizan a nivel corporativo y están recogidas en el artículo 18 del Reglamento Delegado 2020/852²⁵. Las salvaguardas mínimas sociales se dividen en cuatro grandes bloques temáticos:

²⁵ "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".

- Derechos Humanos.
- Competencia Justa.
- Impuestos y Fiscalidad.
- Corrupción y Soborno.

El Grupo cuenta con un Código de Conducta (actualizado en el 2023) 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, y de la lucha contra la corrupción, la evasión de impuestos y la competencia desleal. Dicho código cuenta con canal de denuncias puesto a disposición de todos su *stakeholders* que garantiza el correcto cumplimiento de la legislación vigente en la materia.

Adicionalmente, Atresmedia dispone de diferentes políticas internas que dan robustez al compromiso establecido en el Código de Conducta, como la Política de Recursos Humanos, la Política de Responsabilidad Corporativa, la Política de Publicidad Responsable, y el Código Ético para Proveedores. Como empresa socialmente responsable, Atresmedia es firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas, está adherida al Código de Autocontrol, cuenta con una Política Anticorrupción, un Modelo de Prevención de Delitos, una Política de Compras con criterios ESG, dispone de Sistema Interno de Control de la Información Financiera, así como con un Protocolo de Operaciones de Especial Trascendencia Tributaria. Además, Atresmedia implementa continuamente medidas de protección del menor, subtitula sus contenidos para hacerlos más accesibles, realiza procesos de verificación de la información, realiza formaciones continuas a sus trabajadores en materia de Derechos Humanos, competencia y corrupción, y monitoriza riesgos relacionados con dichas materias.

Como novedad durante el ejercicio 2023, Atresmedia ha llevado a cabo proceso de Debida Diligencia en materia de Derechos Humanos. El resultado de procedimiento ha confirmado que el Grupo Atresmedia no ha generado ningún impacto adverso sobre los Derechos Humanos. Aun así, dicho análisis ha ayudado al Grupo a entender en qué cuestiones destacadas (*salient issues*, por su nomenclatura en inglés) debe reforzar sus mecanismos de control (ver apartado [8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos](#)).

En este sentido, dentro de su modelo de gestión, Atresmedia puede considerar 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.

7.9.4 Metodología y resultados

7.9.4.1 Consideraciones generales

Atendiendo al Reglamento Delegado (UE) 2021/2178 del 6 de julio, 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.

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.

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.



- Se han identificado aquellas partidas de CapEx y OpEx que corresponden a las actividades 7.3 y 7.4 para no considerarlas en el CapEx elegible de las actividades 8.3 y 13.3, asegurando que no se incurre en una doble contabilidad.

Para actividades consideradas facilitadoras a la adaptación del Cambio Climático (8.3 y 13.3), estas deben proporcionar una tecnología, producto, servicio, información o práctica que contribuya a aumentar el nivel de resiliencia a los riesgos climáticos físicos de terceros. Por la diversidad de contenidos emitidos y producidos, así como la amplitud de sus audiencias, Atresmedia es capaz de difundir mensajes que informen y sensibilicen respecto sobre los posibles impactos del Cambio Climático contribuyendo así a mejorar la resiliencia de la audiencia. Para cumplir con este criterio:

- El Grupo ha identificado aquellos contenidos que emite 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 otros²⁶.
- Además de estos términos, también se considerará alineado todo el contenido meteorológico emitido por el Grupo Atresmedia, entre estos programas se incluyen tanto las secciones meteorológicas de los espacios informativos, como la programación relacionada con el clima (por ejemplo, Mundo Brasero).

Por último, 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, razón por la cual se siguen reportando los *KPIs* de forma conjunta.

7.9.4.2 Porcentaje de elegibilidad y alineamiento del volumen de negocio

La normativa indica en la sección 1.1.1 del Anexo I del Acto Delegado 2021/2178 del 6 de julio de 2021 que el numerador se define 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.

Para el cálculo del **numerador** 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.

Para determinar el **denominador**, Atresmedia ha considerado la Nota 20 de las Cuentas Anuales Consolidadas del Grupo, tanto para elegibilidad como para alineamiento.

En el año 2023, 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:

²⁶ Los conceptos asociados están alineados con los factores de riesgo identificados en el apéndice A del RD (UE) 2021/2139.



El porcentaje de elegibilidad del ejercicio 2023 ha sido del 7,84%, siendo el ejercicio anterior de un 7,45%, sin haber diferencias significativas.

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 claves asociados con la adaptación al Cambio Climático, centrandolo 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 el ejercicio de alineamiento, se ha concluido que el volumen de negocio de las actividades ambientalmente sostenibles y que, por tanto, está alineado con la taxonomía es del 0,02% (227.297€). Para conocer más detalle, ver [ANEXO I. Taxonomía Europea](#).

7.9.4.3 Porcentaje de elegibilidad y alineamiento del CapEx

El segundo de los indicadores recogido por la normativa es la proporción de CapEx (inversiones en activos fijos) que corresponde a activos o procesos que estén 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 la normativa contable NIC 16 Inmovilizado material, párrafo 73) e intangibles (de acuerdo con la normativa contable NIC 38 Activos Intangibles, párrafo 118), antes de depreciaciones, amortizaciones y posibles nuevas valoraciones. No son aplicables las consideraciones sobre inversiones inmobiliarias, agricultura y arrendamientos según las normas contables NIC 40, NIC 41 y NIIF 16 respectivamente.

En cuanto al cálculo del **numerador** de las actividades **8.3 y 13.3**, para obtener el porcentaje de elegibilidad, 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 como partidas elegibles 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 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.

Para el cálculo del **numerador** de las actividades **7.3 y 7.4**, se han utilizado las partidas correspondientes a las inversiones que cumplen con el descriptivo de dichas actividades. Una vez se han obtenido los cálculos de ambos numeradores, se ha deducido el CapEx de las actividades 7.3 y 7.4 de las partidas correspondientes del CapEx elegible de las actividades 8.3 y 13.3 con el objeto de evitar la doble contabilidad.



En resumen, las inversiones de Grupo Atresmedia consideradas como **elegibles** en el ejercicio 2023 se han vinculado a las tanto a las actividades 8.3 y 13.3 del anexo de adaptación al Cambio Climático, como a las actividades 7.3 y 7.4 del anexo de mitigación del Cambio Climático:



La evolución del CapEx elegible del año 2023 respecto al ejercicio anterior ha sido muy similar, siendo de un 84,67% frente a un 84,65% en el 2022.

A la hora de calcular el numerador para el alineamiento de las actividades 8.3 y 13.3, 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.

Para el cálculo del numerador alineado de la actividad 7.3, se ha considerado que la totalidad de la cuantía es alineada tras la revisión de las fichas técnicas correspondientes, así como tras el cumplimiento del DNSH. En cuanto a la 7.4, la totalidad de la cuantía es alineada al cumplir con los criterios técnicos de selección.

En el año 2023, tras el ejercicio de alineamiento, se ha concluido que el CapEx de actividades ambientalmente sostenibles que está alineado con la taxonomía es del 2,43% (402.831€). La evolución del CapEx alineado en lo que se refiere al ejercicio anterior, es ligeramente significativa (0,59%) pero dicho incremento está justificado con el alineamiento de las dos nuevas actividades del objetivo de mitigación del Cambio Climático (7.3 y 7.4). Para conocer más detalle, ver [ANEXO I. Taxonomía Europea](#).

7.9.4.4 Porcentaje de elegibilidad y alineamiento del OpEx

El último indicador por reportar es el OpEx, que 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.

Para el cálculo del **denominador**, 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.

En lo referido al **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 2022, 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.

En cuanto al **numerador de elegibilidad de la actividad 7.3**, se han utilizado las partidas correspondientes a los gastos operativos que cumplen con el descriptivo de dicha actividad. Una vez se han obtenido los cálculos de ambos numeradores, se ha detruido el OpEx de la actividad 7.3 de la partida correspondiente del OpEx elegible de las actividades 8.3 y 13.3 con el objeto de evitar la doble contabilidad.

Cabe destacar que, en relación con la actividad 7.4, no se ha realizado ningún gasto de mantenimiento vinculado a la misma.

Los gastos operativos de Grupo Atresmedia considerados como **elegibles** en el ejercicio 2023 se han vinculado tanto a las actividades 8.3 y 13.3 del anexo de adaptación al cambio climático, como a las actividades 7.3 y 7.4 del anexo de mitigación del cambio climático:



La evolución del OpEx del año 2023 respecto al ejercicio anterior ha sido muy similar, siendo de un 68,57% frente a un 69,60% en el 2022.

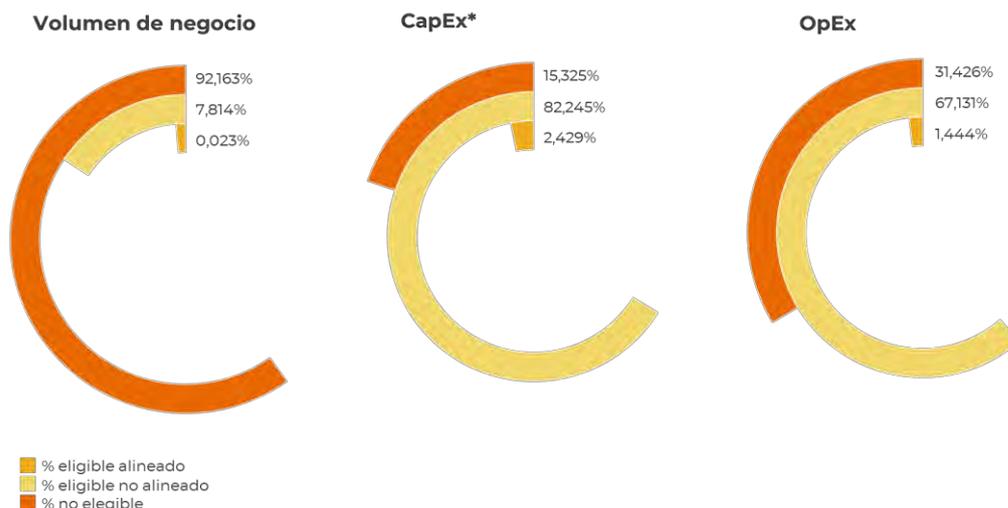
Al igual que para el cálculo del numerador del CapEx, para el cálculo del OpEx **alineado** de las actividades 8.3 y 13.3, se ha multiplicado el importe estimado de OpEx elegible asociado a producciones propias (% de costes de producción propia) por el *proxy* asociado a los contenidos que cumplen los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

En relación con el numerador alineado de la actividad 7.3, se ha considerado que la totalidad de la cuantía es alineada tras la revisión de las fichas técnicas de los activos asociados a dicha actividad taxonómica, así como tras el cumplimiento del DNSH.

Finalmente, tras el ejercicio de alineamiento del año 2023, se ha concluido que el OpEx de actividades ambientalmente sostenibles que está alineado con la taxonomía es del 1,44% (290.085€). La evolución del OpEx alineado en lo que se refiere al ejercicio anterior, es ligeramente significativa (0,43%) pero dicho incremento está justificado con el alineamiento de la nueva actividad del objetivo de mitigación del Cambio Climático (7.3). Para conocer más detalle, ver [ANEXO I. Taxonomía Europea](#).

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

Los resultados de los indicadores clave en materia de la proporción elegible alineada, elegible no alineada y no elegible se muestran a continuación:



(*) El resultado de la suma de la proporción elegible y no elegible del CapEx no da 100% al estar sumando únicamente tres decimales.

A continuación, se presentan las cifras de elegibilidad y alineamiento por indicador clave de resultado, así como por actividad taxonómica:

Volumen de negocios		€	%
Actividad 8.3/13.3	Elegible alineado	227.297 €	0,02%
	Elegible no alineado	75.905.783 €	7,81%

CapEx		€	%
Actividad 8.3/13.3	Elegible alineado	78.175 €	0,47%
	Elegible no alineado	13.639.546 €	82,25%
Actividad 7.3	Elegible alineado	110.508 €	0,67%
	Elegible no alineado	0 €	0,00%
Actividad 7.4	Elegible alineado	214.148 €	1,29%
	Elegible no alineado	0 €	0,00%

OpEx		€	%
Actividad 8.3/13.3	Elegible alineado	70.182 €	0,35%
	Elegible no alineado	13.489.002 €	67,13%
Actividad 7.3	Elegible alineado	219.903 €	1,09%
	Elegible no alineado	0 €	0,00%
Actividad 7.4	Elegible alineado	0 €*	0,00%
	Elegible no alineado	0 €*	0,00%

(*) No han existido gastos de mantenimiento durante el ejercicio 2023 relacionados con la actividad 7.4

El *gap* existente entre las cifras de elegibilidad y alineamiento de las actividades 8.3 y 13.3, se debe a que los contenidos emitidos por Atresmedia atienden a los acontecimientos del panorama nacional e internacional, siendo estos completamente variables en función de los sucesos ocurridos. Asimismo, el contenido de entretenimiento (cine, series, radio, etc.) no atiende únicamente a conceptos relacionados con el clima, sino que varía en función del corte editorial, así como la libertad de creación de contenido. Por todo ello, a pesar de que Atresmedia utiliza sus plataformas para ser un altavoz por el clima, los contenidos alineados siempre van a depender de la actualidad del momento.

Por otro lado, no existe *gap* entre las cifras de elegibilidad y alineamiento de las actividades 7.3 y 7.4 dado que todas las partidas elegibles son, a su vez, alineadas.

8. El impacto de Atresmedia en la sociedad

Los aspectos sociales son especialmente relevantes para Atresmedia, 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 por mantener un modelo de negocio sostenible, tal y como se ha constatado en el Análisis de Doble Materialidad del Grupo.

De hecho, el resultado del análisis muestra que 5 de los 10 asuntos más relevantes para el Grupo están relacionados con su responsabilidad social como medio comunicación. Concretamente con velar por una publicidad responsable, ofrecer contenido responsable, veraz y de calidad, luchar contra las fake news y la desinformación, garantizar la accesibilidad de los contenidos e impulsar la Alfabetización Mediática e Informativa.

EL RESULTADO DEL ANÁLISIS DE DOBLE MATERIALIDAD MUESTRA QUE 5 DE LOS 10 ASUNTOS MÁS RELAVANTES PARA ATRESMEDIA ESTÁN RELACIONADOS CON SU RESPONSABILIDAD SOCIAL COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Atresmedia mantiene una relación de compromiso y diálogo con todos sus grupos de interés y cuenta con multitud de canales que le permiten estar en contacto con cada uno de ellos. Gracias a este nuevo Análisis de Doble Materialidad, Atresmedia ha podido conocer cuáles son los asuntos que más importan a sus *stakeholders* principales, entre los que se incluyen:

- Anunciantes y agencias
- Audiencias
- Accionistas
- Inversores
- Empleados
- Proveedores (distribuidoras, productoras y proveedores de bienes y servicios)
- Reguladores
- Sociedad

Atresmedia trabaja continuamente para conocer y cumplir con las necesidades y expectativas de estos grupos de interés, poniendo en marcha acciones específicas para cada uno de ellos, siempre basadas en **la Política General de Responsabilidad Corporativa y resto de políticas y normativa interna del Grupo (protección de datos, publicidad responsable, recursos humanos, salud y seguridad, etc.)**, garantizando que la relación se base en la confianza, la transparencia y el respeto mutuo.

Con el fin de facilitar la comunicación con todos ellos y conocer sus demandas, Atresmedia pone a su disposición diferentes canales de comunicación entre los que destacan los siguientes:

- **Buzón de correo electrónico.** El área de Responsabilidad Corporativa pone a su disposición 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.
A través de este buzón se han recibido un total de **80 comunicaciones** (128 en el año 2022), estando gran parte de ellas relacionadas con cuestiones sobre Responsabilidad Social Corporativa (62,5%). De igual manera, y como ya se ha visto en otros ejercicios, hay otras herramientas de comunicación institucionalizadas para cada grupo de interés: oficina del anunciante, del accionista y del inversor. El buzón de Responsabilidad Social Corporativa recoge información sobre los usuarios de los diferentes servicios de Atresmedia, que deriva a cada área responsable según su temática.



- **Apartado accionistas e inversores en la web corporativa.** Para facilitar la relación con accionistas e inversores, la web corporativa del Grupo (www.atresmediacorporacion.com) cuenta con un apartado específico para ellos (o cualquier otro perfil que pueda verse interesado) en el que se ofrece información de interés sobre la gestión de buen gobierno que hace la Compañía, juntas de accionistas y otros KPI pertinentes.
- **Canal de consultas y denuncias.** Además, como se menciona en otros capítulos, todos los grupos de interés de Atresmedia pueden hacer uso del canal de consultas y denuncias del Grupo para enviar comunicaciones relativas a las temáticas recogidas en él.
- **Atención a usuarios de atresplayer.** Tras la creación de la plataforma atresplayer, se implementó un sistema que permitiera la gestión de los usuarios de dicha plataforma. Durante 2023 se actualizó la tipología de consultas del buzón de atresplayer con el fin de tener mayor precisión al momento de relacionarse con los usuarios, en esa línea un 19% de las consultas fue respecto a información o sugerencias, el 15% estuvieron relacionadas con la solicitud de ayuda para el pago en la plataforma y el 11% con incidencias técnicas.
- **Perfiles en RRSS.** El Grupo Atresmedia por la naturaleza de su negocio y su filosofía, busca estar siempre a la vanguardia de las nuevas tendencias. En ese sentido, durante 2023 las redes sociales de Atresmedia han experimentado una evolución al adaptarse a diferentes plataformas, llevando los contenidos y el lenguaje a las necesidades de consumo de los usuarios. A su vez, se ha ampliado la presencia del Grupo Atresmedia en nuevos entornos digitales, tales como *Broadcast* o *WhatsApp Channels*.
Por ello, Atresmedia dispone de **761 cuentas en diferentes redes sociales** (632 en 2022) a través de las que sube contenido y se comunica con la sociedad y que representan al Grupo, así como a las diferentes plataformas, series, canales y acciones que se ponen en marcha. En 2023, Atresmedia acumula un total de **70,2 millones de seguidores** (72,6 millones en 2022) permitiendo un *engagement* de **5.124 millones de impresiones** gracias a la constante generación de contenido. **Visitas guiadas a Atresmedia.** 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 y universidades, así como a anunciantes y otros sectores, contribuyendo así a la denominada alfabetización mediática. De la mano de esta iniciativa durante el 2023 se recibieron 70 visitas (25 en 2022), de un total de 62 organizaciones distintas, lo cual se reflejó en 1.312 asistentes a las oficinas de Atresmedia.
- **Atención directa al público.** Por otro lado, se pone a disposición del público un número de atención directa que durante 2023 ha recibido 29.493 llamadas frente a las 29.205 llamadas recibidas durante 2022.
- **Comunicación interna.** Atresmedia mantiene una comunicación bidireccional con sus empleados a través de diferentes herramientas como los *webinars* corporativos, la intranet corporativa o la revista interna (ver apartado [8.3.7. Comunicación Interna](#)).

8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia

Entre los usuarios de los productos y servicios de Atresmedia destacan por su relevancia para el modelo de negocio del Grupo dos; **los anunciantes** y la **audiencia**. Por ello, Atresmedia tiene un especial compromiso con ambas figuras, generando valor para ellas y teniendo en cuenta sus necesidades e inquietudes.

Por un lado, la Compañía ofrece a la audiencia unos contenidos de entretenimiento e informativos atractivos, de calidad y rigurosos. Además, se asegura de proteger a las audiencias más vulnerable, así como de reflejar en ellos la diversidad de la sociedad actual con el claro objetivo de que su audiencia se sienta representada. A su vez, los valores intrínsecos de los contenidos que el Grupo ofrece en todos sus canales permiten a Atresmedia ofrecer a sus anunciantes espacios atractivos que al mismo tiempo son seguros para sus marcas. Es este valor el que genera un incremento recurrente de la confianza que los anunciantes depositan en Atresmedia.

Anunciantes: clientes principales del espacio publicitario disponible en los canales, emisoras, webs y plataformas de Atresmedia.

Audiencia: usuario mayoritario del producto de Atresmedia (contenido informativo y de entretenimiento en televisión, radio, digital y plataformas OTT).

Para cumplir con las necesidades e inquietudes de su audiencia y conocer de primera mano la percepción que tiene del Grupo, Atresmedia realiza procesos continuos de escucha activa a través de los canales que se ponen a disposición para este fin, incluyendo sus perfiles en redes sociales, buzones de correo electrónico y teléfonos de atención a la audiencia²⁷.

Por su parte, el Departamento de Marketing y el Departamento de Audiencias realizan labores de investigación que permiten conocer de primera mano los gustos y las preferencias de la sociedad, generando contenidos afines a estos. En este sentido, durante 2023 se han celebrado un total de **32 grupos de discusión** (60 en 2022), **11 mini grupos** y **4 entrevistas a profundidad**, tanto presenciales como virtuales. Gracias a la presencia de **276 participantes** (427 en 2022) Atresmedia ha logrado entender un año más cómo percibe la audiencia el producto que Atresmedia ofrece. Estas labores de investigación y escucha contribuyen a la consecución de los buenos datos de ausencia que el Grupo ha consolidado en los últimos años.

Por otro lado, y con el objetivo de cumplir con las expectativas de los anunciantes, Atresmedia se esfuerza permanentemente para que la publicidad que emite sea adecuada, de bajo riesgo y segura, en línea con los compromisos establecidos en la **Política General de Responsabilidad Corporativa y en la Política de Publicidad Responsable**. Concretamente, Atresmedia Publicidad trabaja para ofrecer a anunciantes, agencias y centrales de medios un servicio innovador y una oferta comercial renovada y multimedia que cubra de manera satisfactoria sus necesidades. Esto le permite llegar a su público objetivo a través de todos los medios del Grupo (ver apartado [7.3.1.3 Atresmedia Publicidad](#)). Para ello, se lleva a cabo una labor exhaustiva de investigación, **con el fin de mejorar los productos tradicionales y ofrecer nuevas fórmulas publicitarias creativas, formatos innovadores y de gran eficacia**.

8.1.1 Mecanismos de protección a la audiencia y anunciantes

Atresmedia, con el fin de ejercer su actividad con responsabilidad, cuenta con una serie de mecanismos de protección de la audiencia y los anunciantes desarrollados para fomentar **entornos seguros e inclusivos**. En la Política General de Responsabilidad Corporativa y en la Política de Publicidad Responsable 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.

EL GRUPO ATRESMEDIA CUENTA CON UNA SERIE DE MECANISMOS INTERNOS Y EXTERNOS DE PROTECCIÓN DE LA AUDIENCIA Y ANUNCIANTES DESARROLLADOS PARA FOMENTAR ENTORNOS SEGUROS E INCLUSIVOS

Concretamente, la **Política General de Responsabilidad Corporativa**, en su apartado relativo a la producción y emisión de contenidos responsables y accesibles, recoge el compromiso de Atresmedia con la protección y promoción de los Derechos Humanos, la libertad de expresión, el pluralismo, la no discriminación en los contenidos y la protección de los menores, introduciendo el concepto de entorno seguro para audiencias y anunciantes.

En lo que se refiere al contenido publicitario, todos estos compromisos quedan reforzados en la **Política de Publicidad Responsable del Grupo**, incluyendo los aspectos relacionados con el impulso

²⁷ Atresmedia pone a disposición perfiles de redes sociales, correo electrónico y teléfonos de atención para la comunicación con su audiencia.



de la autorregulación, la promoción de la innovación y la calidad en las comunicaciones comerciales, el fomento del compromiso social del Grupo y de los anunciantes, así como el respeto en los contenidos publicitarios a los derechos previamente mencionados, protegiendo especialmente a los menores.

En línea con los compromisos mencionados, **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.

Ética y deontología

Con el claro objetivo de ejercer su actividad con ética y deontología, la Compañía no solo vela por cumplir con las exigencias regulatorias que le son de aplicación, sino que, además, participa activamente de las conversaciones formales que se producen con otros prestadores de servicios y con las administraciones públicas competentes sobre los mecanismos de control del mercado audiovisual y de la regulación aplicable. En los últimos años se han producido novedades regulatorias significativas a las que la Compañía ha prestado especial atención.

Resultan relevantes, en este sentido, las novedades relativas al nuevo **modelo de acuerdo de coregulación para la calificación de los programas audiovisuales** previsto en el Art. 98.2 y en la Disposición Transitoria Segunda de la Ley General de Comunicación Audiovisual, así como las introducidas por el proyecto de Real Decreto en tramitación por el que se regulan los requisitos para ser considerado usuario de especial relevancia (*influencers*) a efectos de lo establecido en la LGCA.

En un contexto en el que la tecnología y la Inteligencia Artificial avanzan a un ritmo acelerado, es esencial que compañías como Atresmedia estén informadas y preparadas para posibles regulaciones relacionadas con estos aspectos, así como para mantener los estándares de ética y calidad e independencia en un entorno complejo para la información. En este sentido cabe destacar que:

- El 8 de diciembre de 2023 se alcanzó un acuerdo en el trílogo responsable de la tramitación del Reglamento Europeo de Inteligencia Artificial (AI Act) y tras su aprobación formal definitiva en los próximos meses, será directamente aplicable y por igual en toda la Unión Europea.
- El 15 de diciembre de 2023 se alcanzó un acuerdo en el trílogo responsable de la tramitación del Reglamento Europeo de Libertad de Medios de Comunicación o *European Media Freedom Act* (EMFA) y tras su aprobación formal definitiva en los próximos meses, será directamente aplicable y por igual en toda la Unión Europea, debido a su naturaleza de Reglamento. El propósito de esta norma es reforzar y garantizar la libertad de los medios de comunicación, la transparencia y la pluralidad, frente a la intervención de los estados y la desinformación.

Teniendo en cuenta este contexto, Atresmedia ha elaborado en 2023 una [Política para el uso responsable de herramientas de Inteligencia Artificial y Conexas](#) a la que ya se ha hecho referencia en capítulos anteriores de este informe. Esta política recoge los compromisos del Grupo con el uso de las herramientas de IA de una forma segura, responsable, transparente, que evite efectos discriminatorios y que, entre otras cuestiones, vele por el respeto del derecho a la propiedad intelectual.

ATRESMEDIA CUENTA CON UN SÓLIDO SISTEMA DE GESTIÓN DE LA ÉTICA QUE ASEGURA LA CALIDAD Y RESPONSABILIDAD EN TODO EL PROCESO DE CREACION DE CONTENIDOS



Adicionalmente, para asegurar que sus compromisos y valores se aplican en todo el proceso de creación de contenidos y que estos se ajustan a unos estándares adecuados de calidad y responsabilidad, el Grupo dispone de un sistema sólido de gestión de la ética que se apoya en las siguientes herramientas:

- **Comité de Televisión:** encargado de la revisión exhaustiva de los contenidos de los canales, prestando especial atención a la independencia de profesionales, así como a la representación de todas las corrientes de opinión y pluralidad de ideas.
- **Código de Conducta Corporativo:** recoge principios, objetivos y valores que servirán de guía en todo momento para quienes trabajan o colaboran en las empresas del Grupo ([Código de Conducta de Atresmedia](#)).
- **Política General de Responsabilidad Corporativa:** recoge los compromisos del Grupo con la sociedad y el medioambiente ([Política de Responsabilidad Corporativa](#)).
- **Códigos Deontológicos de Antena 3 Noticias y la Sexta Noticias:** 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 (Códigos Deontológicos de [Antena 3 Noticias](#) y [la Sexta Noticias](#)).
- **Manual de Diligencia Debida:** en el que se recogen los Derechos Humanos materiales para el Grupo y los mecanismos puestos en marcha para prevenir y mitigar posibles impactos adversos en cada uno de ellos (ver apartado [8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos](#)).

Además, en el Grupo existen dos comités editoriales cuya función es velar por la independencia y pluralidad de los profesionales, garantizar el rigor, la objetividad y la veracidad en el desempeño de sus tareas para la creación y selección de contenidos en los canales del Grupo, así como asegurar la protección de la audiencia. Para garantizar la correcta revisión de los contenidos estos comités editoriales se reúnen con una periodicidad semanal y mensual.

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. Desde 2019 este compromiso está reflejado formalmente en la **Política General de Responsabilidad Corporativa del Grupo**, como refuerzo institucional a los mecanismos de protección que la Compañía tiene en marcha para protegerlos en tres ámbitos fundamentales: los contenidos televisivos, las comunicaciones comerciales y los derechos laborales.

Respecto a estos últimos, el Código de Conducta de Atresmedia recoge el compromiso del Grupo con el cumplimiento de la legislación vigente en materia de contratación de menores y rechaza expresamente el trabajo infantil. Además, en la relación con sus proveedores el Grupo incluye una declaración de cumplimiento, por la que estos se comprometen a respetar lo establecido en el Código de Conducta y el Modelo de Cumplimiento Normativo del Grupo.

Adicionalmente, y tal y como se detalla más adelante en este informe (ver apartado [8.2.4. Respeto a los Derechos Humanos](#)), Atresmedia ha llevado a cabo en 2023 un procedimiento de diligencia debida en materia de Derechos Humanos en el que, a pesar de haberse concluido que la protección de la infancia no es uno de los derechos materiales para el Grupo, este ha sido incluido como derecho al que prestar una especial atención en su Manual de Diligencia Debida, donde se detallan los mecanismos establecidos por el Grupo para la protección de los menores.

EL MANUAL DE DILIGENCIA DEBIDA EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS DE ATRESMEDIA, ELABORADO EN 2023, RECOGE ENTRE OTROS, LOS MECANISMOS DE PROTECCIÓN A LA INFANCIA QUE EL GRUPO TIENE EN MARCHA

En cuanto a las comunicaciones comerciales, Atresmedia Publicidad aplica los códigos deontológicos a los que está adherido, detallados más adelante en este informe, y cumple con la Ley General de



Comunicación audiovisual en relación a la ubicación de las comunicaciones comerciales, que no deben ir junto a programación infantil. Para garantizar un comportamiento responsable, Atresmedia con controles internos que garantizan la corrección legal y deontológica y controles externos, mediante el servicio de *copy advice*.

Como se ha mencionado anteriormente, en los últimos años se han dado diversos cambios regulatorios en el ámbito de la comunicación audiovisual que han incluido en su alcance la protección de los menores, y a los que el Grupo ha prestado especial atención. Respecto al nuevo modelo de *acuerdo de correulación para la calificación de los programas audiovisuales* previsto en el artículo 98.2 y en la Disposición Transitoria Segunda de la Ley General de Comunicación Audiovisual, Atresmedia y gran parte de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisivos, en abierto y de acceso condicional, lineales y a petición, consideraron conveniente suscribir a un documento que complementa la normativa legal transitoria. El propósito de este documento es que sirva de soporte mientras se espera la firma del acuerdo de correlación definitiva, para establecer **un sistema transitorio y complementario de calificación por edades de programas audiovisuales que incorpore criterios orientadores para dicha calificación**. Hasta la aprobación del acuerdo de correulación se establece que los programas serán calificados y recomendados en conformidad con los siguientes criterios:

Apta para todos los públicos
+7
+12
+16
+18
X

Los **firmantes concluyeron que lo más adecuado era seguir aplicando el sistema de calificación por edades previsto en el Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia**, que posteriormente fue verificado por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Asimismo, estos criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales fueron establecidos por dicha Comisión como criterios de aplicación por todos los prestadores de servicios de comunicación audiovisual televisiva estatal.

Cabe mencionar que, durante el 2023, no ha existido ninguna reclamación bajo el nuevo modelo de correulación ya que este nuevo modelo, como se ha mencionado, se encuentra en desarrollo y aún no está operativo.

Por otro lado, el Real Decreto por el que se regulan los requisitos para ser considerado usuario de especial relevancia (u.e.r.) a efectos de lo establecido en la LGCA, permitirá tras su aprobación exigir, por primera vez a los *influencers*, **el cumplimiento de obligaciones destinadas a proteger a los menores y a la población en general frente a determinados contenidos y comunicaciones comerciales nocivas**.

Respecto a la protección de los menores frente a los contenidos emitidos, Atresmedia ha trabajado durante 2023 en la mejora del control parental de su plataforma atresplayer. En este sentido, se ha publicado una suscripción especial para usuarios familiares que permite tener perfiles diferenciados con diferentes rangos de acceso al contenido.

En cuanto a las comunicaciones comerciales, Atresmedia cumple voluntariamente con los principios recogidos en el Código de Autorregulación de Contenidos e Infancia con el fin de garantizar la protección de las audiencias más vulnerables. Todos los mecanismos que Atresmedia pone en marcha para proteger a los menores en el ámbito publicitario se exponen en el siguiente apartado.

Por último, cabe destacar la labor de la Fundación Atresmedia, que a través de sus proyectos en torno a la Alfabetización Mediática e Informativa de niños y jóvenes y el acceso seguro y responsable de estos a la información, protegiendo sus derechos en el entorno audiovisual y en las redes sociales.

Mecanismos de vigilancia 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.

En este sentido, el Grupo **somete los contenidos publicitarios que difunde en televisión a un estricto control de calidad**, previa emisión, a través de Atresmedia Publicidad. Adicionalmente, Atresmedia Publicidad cuenta con un área de supervisión y asesoramiento legal y un departamento de Asesoría Jurídica que evalúan las acciones y campañas publicitarias que podrían suponer una potencial complicación o que podrían tener efectos legales. Este ejercicio de supervisión y de control interno se pone en funcionamiento desde el inicio de las campañas publicitarias, aplicando el principio de precaución y minimizando riesgos futuros.

En 2023 el Grupo ha continuado con el establecimiento de mejoras internas para el control de la publicidad. En esta línea, el Grupo se ha adherido al Código de Conducta para el Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria de Autocontrol. A su vez, en términos de accesibilidad, en 2023 se ha creado un informe interno en el sistema de intranet ABACO que recoge la información de los *spots* del sistema para cuantificar el número de *spots* preparados para ser accesibles.

Además, y con el fin de cumplimentar con los más altos estándares de calidad, la publicidad emitida en los canales de televisión de Atresmedia se revisa tanto a nivel interno como a nivel externo:

- **Interno:** revisada por medio de un procedimiento de control de calidad y de numerosos filtros reforzados por los departamentos de pauta publicitaria y continuidad.
- **Externo:** revisada por AUTOCONTROL a través de las solicitudes de *copy advice*. Estas solicitudes son informes emitidos por dicha entidad que garantizan la corrección legal y deontológica de anuncios emitidos y consultas legales, así como la concreción de dudas planteadas por Atresmedia Publicidad a AUTOCONTROL. De igual manera existe sistema de *checks* para poder indicar y verificar si una campaña tiene alguna restricción derivada de un *copy advice*.²⁸

	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Nº <i>copy advices</i>	2.414	2.218	-8,1%
Nº expedientes	1	0	-100%
Nº infracciones	1	0	-100%
Multas (€)	187.585	0	N/A
Consultas deontológicas	83	84	1,2%

Asimismo, y con el propósito de llevar a cabo una comunicación comercial ética y proteger los derechos de los ciudadanos, y en especial de la infancia, el Grupo está adherido a diferentes códigos de autorregulación publicitaria. Estos códigos establecen compromisos que velan por el cumplimiento de la normativa y en base a los cuales se defiende y promueve la autorregulación del sector.

²⁸ En el curso 2023, Atresmedia Publicidad ha solicitado un total de 2.218 *copy advices*, lo que ha significado una reducción del 8% con respecto a 2022 (2.414). A su vez, el número de consultas deontológicas de este periodo ha ascendido a 84, una consulta más que el año anterior.

CÓDIGOS DE AUTOREGULACIÓN: SUSCRITOS POR ATRESMEDIA Y FECHA DESDE LA QUE ESTÁN VIGENTES
<ul style="list-style-type: none"> • Código de Conducta de Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria (2021). • Código sobre el Uso de <i>Influencers</i> en la Publicidad (2021). • Código de Conducta sobre Comunicaciones Comerciales de las Actividades del Juego (2012). • 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)

Para garantizar espacios seguros para sus anunciantes y con el objetivo de cumplir con la legislación, Atresmedia Publicidad ha trabajado durante 2023 junto a otras áreas del Grupo para adaptarse a las novedades introducidas en la última actualización de la *Guía sobre el uso de cookies* de la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), la cual se adapta a las nuevas Directrices del Comité Europeo de Protección de Datos. Este trabajo ha permitido visibilizar a nivel interno los potenciales riesgos y otras consecuencias que puedan derivarse de la actualización de la Guía y poder tomar decisiones oportunas en el proceso de adaptación a la misma.

Del mismo modo, Atresmedia Corporación y Smartclip están adheridas al **Código de Conducta de Tratamiento de Datos en la Actividad Publicitaria de AUTOCONTROL**. Este código ofrece un nuevo sistema de tramitación de reclamaciones sobre protección de datos y publicidad, permitiendo que los usuarios que lo deseen presenten reclamaciones de manera gratuita a las empresas adheridas al Código. Dichas reclamaciones pueden presentarse cuando se vean infringidos los derechos de protección de datos en el marco de una actividad publicitaria, tales como la recepción de publicidad no deseada, el ejercicio de derechos relacionados con la publicidad y el tratamiento de datos en promociones publicitarias o a través de *cookies* publicitarias.

Atresmedia promueve y fomenta entre los anunciantes, acciones relativas a la accesibilidad de sus campañas. En este sentido, cabe destacar que en 2023 ha aumentado considerablemente el número de comunicaciones comerciales subtituladas, tal y como puede verse en apartado [Accesibilidad para todos los públicos](#). Atresmedia Publicidad se ha comprometido a promover entre los anunciantes acciones relativas a la accesibilidad de sus campañas.

Accesibilidad para todos los públicos

La Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) ampara y protege los derechos de las personas con discapacidad visual o auditiva, imponiendo exigencias en los tres ámbitos mencionados a continuación:

- Subtitulado para sordos
- Lenguaje de signos
- Audiodescripción

La normativa fue actualizada en julio de 2023, entrando en vigor la LGCA 13/2022 en materia de accesibilidad a la televisión y plataformas. Esto ha supuesto el incremento de los requerimientos de oferta de contenido en los ámbitos descritos anteriormente.

Actualización LGCA 13/2022	
LGCA 2010	LGCA 2022

Contenido subtulado	75%	80%
Contenido audiodescrito	2h/semana	5h/semana
Contenido signado	2h/semana	5h/semana

Con el fin de alcanzar los nuevos parámetros establecidos por la ley, Atresmedia ha aumentado los esfuerzos técnicos, humanos y económicos. Atresmedia ha logrado incorporar tres horas más de contenido audiodescrito y signado en horario de máxima audiencia para cada uno de los canales del Grupo. Para ello, se ha llevado un trabajo coordinado con el departamento de parrillas, llevando a cabo un filtro para seleccionar programas que cumplan con los requisitos de audiencia y a su vez, que cumplan con los estándares de rentabilidad programática.

Adicionalmente, en colaboración con el Consejo Regulador y Asesoría Jurídica del Grupo, desde Atresmedia se responde a los requerimientos semanales que la Comisión Nacional de Mercados y Competencia (CNMC) y su proveedor Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) solicitan. Los informes realizados analizan los nuevos requisitos cuantitativos de la ley, así como la calidad de los servicios accesibles, tanto en televisión como en el resto de las plataformas.

EL GRUPO VIGILA CONTINUAMENTE MEDIANTE HERRAMIENTAS INTERNAS, EL CUMPLIMIENTO DIARIO Y SEMANAL DE LAS OBLIGACIONES LEGALES DE ACCESIBILIDAD SUPERANDO CON CRECES LOS RATIOS MARCADOS POR LA LGCA 13/2022

Además de superar los ratios marcados por la LGCA, Atresmedia cumple con las normas de AENOR en materia de calidad, tanto en subtulado como en audiodescripción²⁹

Accesibilidad del contenido televisivo

La oferta de programación subtulada en directo durante 2023 se ha mantenido en un 100% en la franja comercial. **El compromiso del Grupo es seguir haciendo accesibles todos los programas de actualidad, sin importar su franja horaria**, con el fin de alcanzar e informar en directo a todas las personas con discapacidad auditiva.

Asimismo, en términos de contenido signado, y para la puesta en marcha de la nueva Ley, en **julio se inició el nuevo proyecto de signado en HbbTV en coordinación con ingeniería y Atresmedia Tech**. El proyecto se encuentra en un proceso de continua mejora para poder garantizar la máxima calidad y cumplimiento de la ley respecto a la emisión de 5 horas semanales.

EN 2023 COMENZARON OFICIALMENTE LAS EMISIONES CON RECONOCIMIENTO DE VOZ AUTOMÁTICO (ARC), LLEVANDO A CABO MEJORAS PARA QUE EL SISTEMA DE SIGNADO EN HBBTV FUNCIONE EFICIENTEMENTE

Un año más, Atresmedia ha estado presente en el congreso AMADIS, organizado por el Real Patronato de Discapacidad y CESYA, con la asistencia de organismos oficiales y del mundo asociativo, junto a otros operadores de televisión, plataformas y empresas proveedoras de servicios audiovisuales y de comunicación. Este espacio ha permitido el análisis conjunto de los detalles de la nueva Ley, entendiendo sus principales desafíos y su situación actual. Además, se han expuesto nuevas soluciones técnicas para las emisiones accesibles en televisión.

Accesibilidad de contenidos en televisión ³⁰	2022	2023	Evolución anual 2022-2023 (%)
Antena 3	6.712,9	6.480,70	-3,5%

²⁹ Audiodescripción 153.020/2005 y Subtitulado 153.10.2012.

³⁰ La entrada en vigor de la Ley General de Comunicación Audiovisual del 9 de julio de 2023 implicó un aumento en la emisión de contenidos signados y subtulados, al igual que el aumento de emisiones de spots publicitarios subtulados.



Nº de horas de contenido subtulado	laSexta	6.813,9	6.726,7	-1,3%
	MEGA	7.085,3	7.025,1	-0,8%
	Neox	6.811,1	6.960,8	2,2%
	Nova	6.389,5	6.345,5	-0,7%
	Atreseries	7.278,7	7.029,5	-3,3%
	Total de horas	4.1091,5	40.568,3	-1,3%
	% Sobre 24 horas	92,7%	92,5%	-0,2%
Nº de horas de horas de publicidad subtitulada	Antena 3	44,2	176	298,2%
	laSexta	47,3	190	301,7%
	Neox	60,2	149	147,5%
	Nova	28,3	187	560,8%
Nº de horas de contenido signado	Antena 3	116,3	223,4	92,1%
	laSexta	158,2	305,2	92,9%
	MEGA	204,3	309,6	51,5%
	Neox	192,2	325,7	69,5%
	Nova	260,9	332,2	27,3%
	Atreseries	326,2	474,7	45,5%
	Total de horas	1.258,3	1.970,8	56,6%
Nº de horas de contenido audiodescrito	Antena 3	142,9	308,4	115,8%
	laSexta	152,5	299,4	96,3%
	MEGA	193,4	420,8	117,6%
	Neox	733,7	926,5	26,3%
	Nova	174,2	294,5	69,1%
	Atreseries	518,5	608,5	17,4%
	Total de horas	1.915,3	2.858,1	49,2%

Por su parte, atresplayer cuenta con más de 22.800 horas de contenido subtulado entre su oferta internacional y nacional en castellano, catalán, euskera, gallego y valenciano.

La problemática de la desinformación

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 2023, tanto Antena 3 como laSexta han seguido desarrollando sus estrategias informativas para combatir las *fake news* y la desinformación.

Antena 3 Noticias, una sólida estrategia de lucha contra las *fake news*

Antena 3 Noticias cuenta con una sólida estrategia de lucha contra las *fake news* sustentada en el compromiso con el rigor y la información veraz que los caracteriza. Desde las redacciones se combate a diario contra los bulos y la desinformación, apostando por el contraste y la verificación de la información recibida, tratada y retransmitida. Además, durante 2023 se ha fomentado e impulsado la formación a periodistas en herramientas de verificación, a través del desarrollo de un curso de



formación relacionado con este ámbito, con el objetivo de ofrecer conocimientos útiles para ayudar a verificar y filtrar la información recibida por medio de los distintos canales de comunicación del Grupo.

A las labores que tradicionalmente se llevan a cabo en la redacción, se suman los esfuerzos de la cadena por mantener esta lucha también en el entorno de las redes sociales; un espacio especialmente vulnerable por su propia naturaleza. Por ello, durante 2023 Antena 3 Noticias, bajo su marca #VerificaA3N ha llevado los contenidos de verificación a dos nuevas redes sociales: Instagram y Tiktok. Con ello se amplía el trabajo que se venía haciendo en las cuentas de Antena 3 Noticias, *Espejo Público*, Antena 3 Internacional y en los perfiles propios de Verifica A3N en Facebook y Twitter.

La estrategia de lucha de contra las *fake news* en las redes sociales de Antena 3 Noticias persigue los siguientes objetivos:

- Aportar contenidos de valor, dinámicos e interactivos.
- Llegar a un público más joven y especialmente sensible a estas materias.
- Sumarse a los temas que son tendencia en ambas redes, creando contenido propio específico ajustado a ese *target* más joven.
- Ampliar el impacto remitiendo a las URL en web para aportar al usuario más contexto.
- Fomentar la participación de la comunidad más activa.

Con todo ello se ha conseguido generar una comunidad de 439.700 personas en Instagram y 147.000 personas en Tiktok. Los temas más destacados de *Verifica A3N* durante 2023 en las redes sociales han estado relacionados con el desmentido de la alerta 5 por atentado terrorista inminente, las estafas a mayores, los peligros de responder sí a las llamadas telefónicas o las famosas estafas de WhatsApp. Este último ejemplo ha alcanzado más de 2 millones de reproducciones en Tiktok e Instagram.

DURANTE 2023 ANTENA 3 NOTICIAS BAJO SU MARCA VERIFICAA3N HA LLEVADO LA LUCHA CONTRA LAS FAKE NEWS A INSTAGRAM Y TIKTOK

Atresmedia también ha llevado la lucha contra las *fake news* al debate digital, a través de *¿Lo hablamos?* un programa emitido en directo por *streaming* desde la web de Antena 3 Noticias en el que se abordan diferentes temáticas de actualidad. El programa incluye un apartado en el que los seguidores en redes sociales de Antena 3 Noticias trasladan sus preguntas a los invitados. Adicionalmente, la marca *Verifica A3N* se ha convertido en un elemento relevante en las campañas *branded* de Antena 3 Noticias.

Para Antena 3 Noticias la verificación de contenidos es un trabajo que implica a toda su redacción y por ello *Verifica A3N* ha colaborado durante 2023 con las diferentes secciones y especialmente con Internacional, para frenar la difusión de imágenes y/o vídeos sacados de contexto, especialmente en determinados escenarios sensibles como los conflictos de Ucrania y Oriente Próximo. Esta verificación se realiza por medio de diferentes herramientas y aplicaciones, como *InVID* o *Fact Check Explorer*.

Además, durante 2023, Antena 3 Noticias ha colaborado con el proyecto *IVERES*³¹, que trabaja para la creación de una herramienta de Inteligencia Artificial que ayude a los periodistas a detectar informaciones falsas. La primera fase del proyecto ha consistido en entender cuáles son las necesidades de los medios, sus procesos y de qué herramientas se valen en la actualidad para desarrollar su trabajo. La filosofía del proyecto es crear una “caja de herramientas de Inteligencia Artificial”.

laSexta reafirma su compromiso con la exactitud.

Del mismo modo, laSexta **ha mantenido su lucha contra la desinformación a través de la detección de bulos y *fake news***. En ese sentido, durante 2023 además de los conflictos bélicos mencionados anteriormente que han sido el foco de atención respecto a la desinformación, se suman el escenario político actual relacionado con las elecciones, protestas, investidura, amnistía, entre otros, el terremoto en Marruecos, las sequías y las Depresiones Aisladas en Niveles Altos (DANAs),

³¹ www.iveres.es

eventos cubiertos de manera rigurosa por laSexta **reafirmando su compromiso con la información, la actualidad y la exactitud.**

EN 2023 LA SEXTA SE HA MANTENIDO FIEL A LA VERDAD, APOSTANDO POR LA PLURALIDAD Y LA INVESTIGACIÓN.

laSexta se ha mantenido fiel a la verdad apostando por la pluralidad y la investigación, afrontando el reto de contar la realidad desde dónde sucede. Los pilares que sostienen la forma de actuar de laSexta son la actualidad, la información, el análisis y la investigación. Esto le permite contar con un amplia selección de programas que mantienen a la audiencia informada y lejos de las *fake news*. laSexta cuenta con una serie de herramientas de análisis del panorama político y económico actual que pone al servicio de sus espectadores a través de espacios como *Al Rojo Vivo*; *laSexta Columna*, *laSexta Clave*, *laSexta Xplica* y *Más Vale Tarde*.

laSexta ha conseguido durante 2023 afianzar el apoyo de Newtral, empresa especializada en la verificación de contenidos, reconocida por introducir el *Fact-Checking* en España.

8.2 Sobre la sociedad

En pleno siglo XXI, los medios de comunicación tienen un gran impacto en la sociedad y actúan como altavoz para transmitir mensajes a toda la población, aspecto que Atresmedia entiende como un ejercicio de responsabilidad sobre el que debe asumir su **labor de información y concienciación**, tratando de contribuir al desarrollo y progreso la sociedad en la que ejerce su actividad. 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 emite.

El compromiso de Atresmedia con la sociedad se ha visto refrendado por los resultados de su Análisis de Doble Materialidad. En él se han analizado, entre otras cuestiones, impactos, riesgos y oportunidades relacionados con la labor del Grupo de informar de forma veraz y responsable a la sociedad, así como con su capacidad de contribuir a la construcción de una sociedad de valores compartidos, más sostenible y solidaria a través de sus contenidos y se ha concluido que asuntos relacionados con el contenido veraz y responsable, la lucha contra las *fake news* y la desinformación o con la capacidad del Grupo de ser un altavoz social y por el clima son temáticas identificadas como materiales.

Por todo ello, Atresmedia no establece como único objetivo **informar** de forma honesta y de acuerdo con la realidad, sino que también pone especial énfasis en su **función concienciadora**, a lo largo de toda su programación, a través de sus **contenidos** o de sus **espacios publicitarios**. Atresmedia, lleva quince años cediendo parte de sus espacios publicitarios a entidades sin ánimo de lucro, con el objetivo de que estas puedan difundir sus causas sociales y beneficiarse así del impacto mediático de Atresmedia. Esta difusión se produce en los espacios de televisión, radio y en los contenidos digitales en formato de *banner*.

EN 2023 ATRESMEDIA HA DIFUNDIDO EN TODOS SUS SOPORTES UN TOTAL DE 32 CAMPAÑAS PUBLICITARIAS GRATUITAS PARA 28 ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO POR UN VALOR TOTAL DE 27,9M€

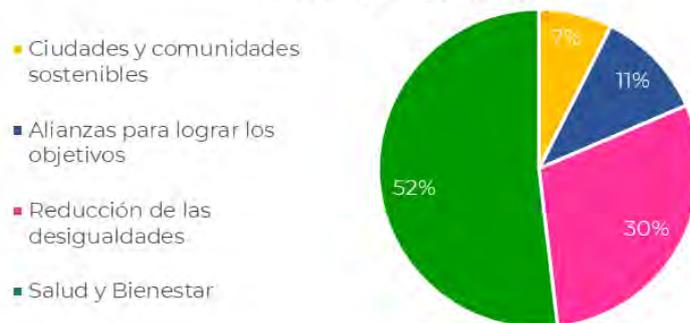
	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Inversión televisión (€)	15.072.920	17.602.850	16,8%
Inversión radio (€)	9.208.095	10.188.163	10,6%
Inversión digital (€)	125.019	131.366	5,1%

Inversión total (€)	24.406.034	27.922.379	14,4%
Nº de campañas emitidas	33	32	-3,0%
Nº de ONG beneficiadas	26	28	7,7%
Campañas subtituladas (%)	100%	100%	0,0%
Campañas audiodescritas (nº)	1	1	0,0%

Estas campañas han estado principalmente alineadas con los siguientes **Objetivos de Desarrollo Sostenible: Salud y Bienestar** (ODS 3), **Reducción de las Desigualdades** (ODS 10) y **Alianzas para lograr los objetivos** (ODS 17). Además, se han emitido campañas relacionadas con los ODS: **Fin de la Pobreza** (ODS 1), **Hambre Cero** (ODS 2), **Educación de calidad** (ODS 4), **Igualdad de género** (ODS 5), **Ciudades y comunidades sostenibles** (ODS 11) y **Paz, justicia e instituciones sólidas** (ODS 16) destacando las siguientes actuaciones para cada ODS contribuido:

EJEMPLOS DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS GRATUITAS	
	<i>37.000 personas sin hogar Podemos solucionarlo</i> de Fundación RAIS – Hogar.
	<i>Frenar la desigualdad está en tus manos</i> de Manos Unidas.
	<i>La salud mental de los adolescentes no puede esperar</i> de Fundación ANAR; <i>Ayúdanos a seguir vivos</i> de la Asociación de Cáncer de Mama Metastásico o <i>Siéntate cerca de las personas con ELA</i> de Fundación Luzón.
	<i>Ocio digital de adolescentes</i> de FAD.
	<i>Día internacional de la niña</i> de la entidad Plan Internacional.
	<i>No somos un estereotipo</i> de Fundación Síndrome de Down; <i>Contigo todo encaja</i> de Fundación ADSIS; <i>Descubre el acogimiento familiar</i> de Mamás en Acción; <i>Doble vela doble deseo</i> de Fundación Pequeño Deseo.
	Apoyo al Comité de Emergencia por el terremoto de Turquía y Siria y de Marruecos.
	<i>Ayúdanos a reducir las cifras del abuso sexual infantil</i> de la Fundación Vicky Bernadet.
	<i>Descubre como disfrutar la adolescencia de tus hijos</i> de la FAD y el apoyo a los galardones goODS del Pacto Mundial y la Fundación Rafael del Pino.

Alineamiento de los spot sin coste con los Objetivos de Desarrollo Sostenible



Además, como parte del compromiso de Atresmedia con la accesibilidad de los contenidos, el 100% de las campañas que se han emitido en televisión han sido subtituladas y una de ellas además iba acompañada de audiodescripción.

La **investigación sobre el cáncer y las enfermedades neurodegenerativas**, la visibilidad sobre los **problemas de salud mental en la adolescencia**, el **apoyo a la infancia**, y especialmente a los niños enfermos en los hospitales y a los niños **víctimas de abusos sexuales**, así como la **necesidad del acogimiento familiar a niños en situación de vulnerabilidad** fueron algunos de los temas sobre los que Atresmedia ha realizado sensibilización en colaboración con las ONGs beneficiarias de estos espacios publicitarios sin coste. Asimismo, el Grupo ha reforzado el apoyo a la sensibilización sobre diferentes colectivos vulnerables como las personas con **discapacidad intelectual** (síndrome de Down), personas con **discapacidad física-orgánica** (esclerosis múltiple, daño cerebral adquirido y ELA), personas con **discapacidad psíquica** (personas con problemas de salud mental y personas con Trastorno del Espectro del Autismo) y las **personas sin hogar**.

Adicionalmente, Atresmedia realiza otras acciones de responsabilidad social, ya sea a través de la Fundación Atresmedia, de su voluntariado corporativo o de sus acciones estratégicas de responsabilidad social orientadas a la sociedad entre las que se encuentran Ponle Freno, Constantes y Vitales o Contra el Maltrato Tolerancia Cero.

EN 2023 ATRESMEDIA HA COLABORADO EN DOS OCASIONES CON EL COMITÉ DE EMERGENCIA PARA ENVIAR AYUDA HUMANITARIA URGENTE A LOS AFECTADOS POR LOS TERREMOTOS DE SIRIA Y TURQUÍA Y DE MARRUECOS

Además, en 2023, el Grupo ha vuelto a colaborar con el **Comité de Emergencia** que se ha activado como consecuencia de los terremotos de Siria y Turquía, en febrero y de Marruecos en septiembre. Con el apoyo de Atresmedia y gracias a la difusión en todos sus canales de televisión, radio y digital de su labor, el Comité de Emergencia ha recaudado más de 1.400.000 euros para enviar ayuda humanitaria urgente a las personas afectadas por ambas catástrofes. El Comité está formado por seis ONGs de cooperación y tiene como objetivo canalizar la ayuda de la sociedad para dar una respuesta rápida y eficaz a las emergencias humanitarias.

8.2.1 Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Durante 2023 Atresmedia ha seguido desarrollando esfuerzos orientados a apoyar, difundir y poner en marcha iniciativas y políticas que contribuyen a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y a la Agenda 2030.

ATRESMEDIA ES FIRMANTE Y SOCIO DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS DESDE 2008



Con la adhesión del Grupo al Pacto Mundial, Atresmedia se compromete a respetar los Diez Principios establecidos en el mismo, organizados en cuatro temáticas en materia de **Derechos Humanos, Normas Laborales, Medioambiente y Lucha contra la corrupción**. Un año más, Atresmedia ha presentado su Informe de progreso del Pacto Mundial, para ayudar a medir la contribución de las empresas al cumplimiento de los 10 principios.

DDHH

Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2. Las empresas deben asegurarse de sus socios y colaboradores no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

NORMAS LABORALES

Principio 3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

MEDIOAMBIENTE

Principio 7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.

Principio 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.

ANTICORRUPCIÓN

Principio 10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, durante 2023 Atresmedia ha mantenido su impulso y apoyo a los ODS, a través del desarrollo de diversas actuaciones tales como la cesión de espacios publicitarios gratuitos para ONG, la difusión de contenidos especializados, la colaboración con diferentes entidades, el programa de voluntariado corporativo o las acciones de sensibilización interna y externa. Con el fin de focalizar sus esfuerzos en este ámbito, Atresmedia ha identificado los siguientes ODS prioritarios en función de su actividad:

- **Ambiental:**
 - ODS 7: Energía asequible y no contaminante.
 - ODS 12: Producción y consumo responsables.
 - ODS 13: Acción por el clima.
- **Social:**
 - ODS 3: Salud y bienestar.
 - ODS 4: Educación de calidad.
 - ODS 5: Igualdad de género.
 - ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico.
 - ODS 10: Reducción de las desigualdades.
 - ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos.

- **Gobernanza:**
 - ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico
 - ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas

A continuación, se presentan algunas de las principales contribuciones del año 2023 a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, así como contenidos relacionados con los mismos:

ACCIONES ESTRATÉGICAS CORPORATIVAS ALINEADAS CON LOS ODS		METAS ³²
	<p>Programa Becas Capaz: gracias al cual más de 150 jóvenes con discapacidad han podido formarse en los cursos de Atresmedia Formación.</p>	10.2
	<p>Residuo Cero: se ha implementado el proyecto en las instalaciones del Grupo para una mejor gestión de los residuos y del excedente alimentario.</p>	12.5
	<p>Estrategia Cero Neto y los objetivos de reducción de emisiones por la iniciativa SBTi.</p>	13.1 13.3

COLABORACIÓN CON ENTIDADES PARA EL IMPULSO DE LOS ODS		METAS
	<p>En 2023 se ha mantenido el convenio de Empresas por una sociedad libre de violencia de género, impulsado por el Instituto de mujeres y la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género.</p>	5.2.
	<p>Atresmedia continúa siendo miembro Responsible Media Forum y ha participado en el evento de referencia <i>Mirrors or Movers</i>. en el que se debatió un año más sobre el impacto de los medios en la sociedad y el entorno. Un año más, Atresmedia ha colaborado en el ESG 2023 Corporate Sustainability Formun organizado por Forética. Este año el Consejero Delegado de Atresmedia participó en una de las mesas redondas aportando su visión sobre la importancia de abordar la sostenibilidad social.</p> <p>Atresmedia como impulsor de la iniciativa go! ODS del Pacto Mundial y la Fundación Rafael del Pino ha colaborado en las labores de difusión de esta.</p> <p>Atresmedia ha participado en la I edición de ThinkforSocial organizado por Fundación Botín, para impulsar la relación entre empresas y ONG.</p> <p>Un año más, el Grupo ha participado en el X Estudio de Impacto Social, sobre contribución social y contribución a los ODS, realizado por la Fundación SERES en colaboración con Deloitte.</p>	17.17 y 17.19

³² Todas las metas se encuentran descritas en el punto 13. *Contribución a las metas de los ODS* de este EINF

DIFUSIÓN DE CONTENIDO RELACIONADO CON LOS ODS		METAS
	<p>¿Qué me pasa doctor? espacio dedicado a la salud donde cada semana se tratan los asuntos de actualidad en el campo de la salud.</p> <p>Se ha impulsado la campaña en conmemoración del Día Mundial de la Investigación en cáncer. Esta campaña impulsada por Constantes y Vitales en conjunto con la Asociación Española Contra el Cáncer.</p> <p>De esto hay que hablar en laSexta explica, analiza el problema de la salud mental en España.</p>	3.4., 3.5. y 3.6.
	<p>Emisión de La Caja de Arena branded content de atresplayer que visibiliza el acoso escolar.</p>	4.7.
	<p>Especial 8M El Objetivo con Ana Pastor en Irán.</p> <p>Vestidas de Azul serie original que relata y visibiliza las vivencias de mujeres trans.</p> <p>Especial Salvados Plácido Domingo, nominado a los premios Gabo 2023, en el que Gonzo entrevistó a varias mujeres que denunciaron al tenor por acoso sexual.</p> <p>Emisión de El Gran hotel de las reinas, contenido que visibiliza al colectivo Drag.</p> <p>Producción y emisión de la serie original Las noches de Tefía que relata las vivencias de distintas disidencias en la Colonia Agrícola Penitenciaria de Tefía.</p>	5.1., 5.5. y 5. b.
	<p>Gabinete de Crisis, ¿Estamos preparados en España para un gran apagón? En esta edición, se plantea la posibilidad de que una tormenta solar pudiera causar la destrucción instantánea de todos los dispositivos electrónicos, lo cual llevaría a un escenario de gran apagón en el que no funcionaría ningún dispositivo.</p>	7.1
	<p>Sensibilización medioambiental de la mano de Endesa, enfocada en la comunicación y la concienciación pedagógica de la población, sobre cómo contribuir en el ahorro energético y sus consecuencias positivas.</p>	13.3
	<p>Programa especial de El Objetivo desde Ucrania con motivo del primer aniversario de la guerra entre Rusia y Ucrania. En este especial Ana Pastor se desplazó hasta Kiev.</p> <p>El Odio Sin fin. Salvados donde se muestra la convivencia entre un israelí y un palestino que residen en España.</p>	16.10

Además de las iniciativas destacadas en este apartado, Atresmedia realiza otras contribuciones a los ODS a través de las distintas iniciativas impulsadas por el Grupo ([8.2.2.1 Iniciativas estratégicas de impacto social](#), [8.2.2.2 Voluntariado corporativo](#), [8.2.3 Fundación Atresmedia](#), [8.2.2.3 Otras iniciativas corporativas de sensibilización con la sociedad y empleados](#)).

8.2.2 Compromiso con los asuntos que generan mayor preocupación social

Atresmedia quiere formar parte activa de la sociedad en la que vive. Es por ello por lo que, desde hace más de una década, impulsa proyectos y actuaciones dirigidos a aquellos asuntos que generan mayor preocupación social.

Mediante proyectos, campañas de sensibilización, recursos específicos y acciones concretas, Atresmedia ha dirigido el potencial de sus medios de comunicación a transmitir mensajes de sensibilización para movilizar a la sociedad y conseguir cambios reales en asuntos relevantes como la seguridad vial, la investigación científica, la digitalización universal o la lucha contra la violencia de género.

EN 2023 ATRESMEDIA HA CELEBRADO LA SEGUNDA EDICIÓN DEL EVENTO METAFUTURO EN EL QUE SE HA REUNIDO A DESTACADOS LÍDERES DE DIFERENTES ÁMBITOS PARA TRATAR TEMÁTICAS DE ACTUALIDAD

Mediante su actividad, el Grupo quiere también invitar a la reflexión a todos los actores de nuestra sociedad. Tras el éxito de su primera edición, el evento Metafuturo se ha consolidado como parte del compromiso del Grupo Atresmedia con la sociedad para trasladar las líneas de actuación del Mundo en los próximos años a través de una segunda edición que ha vuelto a reunir a destacados e influyentes líderes entre los que se encuentran el periodista y Premio Nobel de la Paz, Dmitry Muratov; la ingeniera y científica de datos Frances Haugen, conocida por ser la 'garganta profunda' de Facebook, o David Rowan, experto en Inteligencia Artificial (IA) y CEO de la revista 'Wired'.

8.2.2.1 Iniciativas estratégicas de impacto social

Desde que en el año 2008 Atresmedia lanzara Ponle Freno, para contribuir y sensibilizar en materia de seguridad vial, la Compañía ha impulsado hasta seis iniciativas más. Estas iniciativas sirven para canalizar, de la forma más efectiva, el poder transformador e influencia de la televisión y la radio en los comportamientos y hábitos de nuestra sociedad. Además, todas estas actuaciones se alinean con los Objetivos de Desarrollo Sostenible más relevantes para Atresmedia.

A continuación, se indican los proyectos con los que cuenta Atresmedia y la problemática social a la que se enfrentan:

- Seguridad Vial - Ponle Freno (2008).
- Medio Ambiente - Hazte Eco (2010) – (ver apartado [9.2 Sensibilización ambiental](#)).
- Promoción de hábitos saludables - Objetivo Bienestar (2014).
- Apoyo a la investigación científica y la prevención médica - Constantes y Vitales (2014).
- Defensa de la creación cultural y la propiedad intelectual - Crea Cultura (2014).
- Lucha contra la violencia de género - Tolerancia Cero (2015).
- Promoción de una digitalización sostenible de la sociedad - Levanta La Cabeza (2019).

El objetivo de estas iniciativas es enfrentarse a las problemáticas señaladas, tratando de transformar la sociedad y de generar un cambio real gracias a la repercusión que Atresmedia puede alcanzar como medio de comunicación. Prueba de la importancia que tienen estas iniciativas para el Grupo, desde sus inicios Atresmedia fomenta la implicación de sus propios empleados en el desarrollo de estas actuaciones, tratando de concienciarles sobre estos temas y alineando dichas actuaciones con sus valores empresariales.



	PASES POR CADENA													
	ANTENA 3		LASEXTA		NEOX		NOVA		MEGA		ATRESERIES		TOTAL	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Ponle Freno	709	1.492	405	952	750	1.177	731	1.630	697	1.566	734	1.620	4.026	8.437
Constantes y vitales			275	653									275	653
Tolerancia Cero	348	349	230	249	80	80							658	680
Crea Cultura	446	391	223	149									669	540
													10.088	10.310

	Horas		Audiencia Acumulada (mil)		Cobertura (%)	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Ponle Freno³³	22,7	45,2	36.593	35.794	84%	81,4%
Constantes y Vitales	1,8	4,6	18.700	23.226	43%	52,8
Tolerancia Cero	4,3	4,3	36.842	31.999	85%	73%
Crea Cultura	10,85	4,5	641	567	70%	64%

Ponle Freno

Los accidentes de tráfico son una de las principales causas de mortalidad y de lesiones en España. Desde su nacimiento en 2008, Ponle Freno ha seguido luchando por **reducir la siniestralidad vial, ayudando a salvar vidas en la carretera** y ampliando su campo de acción, siguiendo las nuevas tendencias para abordar y fomentar una **movilidad segura, sostenible y conectada**.

Ponle Freno, la mayor y más longeva acción social impulsada por Atresmedia, ha cumplido 15 años en 2023. En estos tres lustros de recorrido ha mantenido su trabajo para alcanzar su objetivo: **reducir las víctimas en carretera hasta dejar el contador a 0**. En la actualidad, dicho compromiso se mantiene más vivo que nunca, y seguirá volcando toda la fuerza del Grupo Atresmedia, traspasando las pantallas y las ondas con el fin de conseguir resultados que repercutan en medidas reales para la sociedad.

En 2023, Ponle Freno ha conmemorado sus 15 años de historia llevando a cabo las siguientes acciones:

³³ El spot de la carrera Ponle Freno ha tenido una audiencia acumulada de 37.537 miles de espectadores, con una cobertura del 85,3%.



OBJETIVO	ACCIONES ASOCIADAS Y LOGROS
Seguir concienciando en seguridad vial con una campaña especial por el 15 aniversario	Con motivo de sus 15 años de historia, Ponle Freno ha emitido a lo largo de todo el año una campaña de spots en la que algunos de los rostros más conocidos del Grupo ofrecieron 15 consejos imprescindibles a la hora de ir al volante . En un tono próximo y amable, estos mensajes han hecho hincapié en la necesidad de lograr una convivencia entre usuarios en las ciudades para mejorar la movilidad y evitar accidentes.
Llevar la seguridad vial a nuevos targets a través de nuevos formatos	Estreno de la segunda temporada del podcast Operación Salida con el objetivo de favorecer una conducción más divertida y segura, y que a la vez permita disfrutar de los trayectos durante las vacaciones. Protagonizado por los rostros más conocidos del Grupo, el <i>podcast</i> ha sido uno de los más escuchados de Onda Cero durante este verano.
Ampliar la labor de divulgación y promoción de la seguridad vial a través del Centro de Estudios y Opinión Ponle Freno-AXA	Este año se han llevado a cabo dos grandes estudios, uno sobre colisiones contra animales y otro sobre el estado de presión de los neumáticos, tras evaluar en este último estudio a más de 1.000 vehículos. Además, se ha celebrado una nueva edición de las Jornadas 3.0 del Centro de Estudios y Opinión PONLE FRENO-AXA bajo el título <i>Peligro, animales sueltos</i> , con el objetivo de analizar los datos del estudio sobre colisiones contra animales y ofrecer consejos de conducción segura cuando se presentan este tipo de situaciones.
Reconocer el trabajo de todas aquellas personas, instituciones e iniciativas que hayan contribuido a promover la seguridad vial	<p>Celebración de la 15ª edición de los Premios Ponle Freno a la seguridad vial. Los ganadores fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Sistema de seguridad avanzada en motocicletas de Kawasaki España (Premio AXA Innovación y desarrollo en seguridad vial). o Estudio sobre la eficacia, actualización y mejora de las intervenciones en seguridad vial en penas y medidas comunitarias de la Universidad Europea de Valencia e Instituciones Penitenciarias (Mejor acción en seguridad vial). o Colegio María Inmaculada, de Verín, Ourense (Premio Ponle Freno Junior). o Parque de Bomberos, de Gandía, Valencia (Premio Protagonista Ponle Freno). <p>Por sus quince años de historia, Ponle Freno ha querido reconocer de manera especial a Alfredo Pérez Rubalcaba, a las víctimas de tráfico (Mar Cogollos), a los agentes clave en la mejora de la siniestralidad (Juan Pedro Fernández Palomino y José María Galofré), a los pioneros en la movilidad urbana moderna para las ciudades de Barcelona (Joan Clos), Bilbao (Alfonso Gil) y Pontevedra (Miguel Anxo Fernández) y a los grandes responsables en la mejora de la seguridad vial (Pere Navarro, Bartolomé Vargas y Jordi Jané).</p>
Extender el mensaje de concienciación en seguridad vial y apoyar a las víctimas de accidentes de tráfico	El circuito de carreras Ponle Freno ha batido récord de participación y recaudación. Sumando los datos registrados en las nueve ciudades que albergan este circuito, se han conseguido más de 33.000 inscritos y más de 300.000 euros recaudados que se han destinado íntegramente a proyectos de apoyo a víctimas de accidentes de tráfico. La edición de Madrid por los 15 años de Ponle Freno ha sido la más especial y multitudinaria con un nuevo recorrido que ha atravesado la Puerta del Sol, kilómetro cero de las carreteras españolas y punto emblemático para la iniciativa.

OBJETIVOS 2024	Seguir sensibilizando a la sociedad a través de campañas de comunicación sobre temas concretos que afectan a la seguridad vial. En 2024 Ponle Freno pondrá el foco en las distracciones, la normativa básica general y la circulación con patinetes.
	Extender el mensaje de concienciación en seguridad vial movilizándolo a la ciudadanía a través del Circuito de Carreras Ponle Freno y contribuir al apoyo de víctimas de accidentes de tráfico a través de los fondos recaudados.
	Continuar la labor de divulgación y promoción de la Seguridad vial a través del Centro de Estudios Ponle Freno-AXA y de nuevos formatos como el <i>podcast</i> o píldoras divulgativas en televisión.

Constantes y Vitales

Constantes y Vitales se convirtió, en octubre de 2014, en la primera iniciativa de Responsabilidad Corporativa en la historia de **laSexta**, impulsada junto con **Fundación AXA**, con el fin de potenciar la **investigación médica y científica e impulsar la prevención de la salud**.

En sus nueve años de intenso recorrido, **Constantes y Vitales** ha logrado **grandes hitos**, que en gran medida han sido alcanzados gracias al apoyo y la colaboración de la sociedad. Entre ellos, cabe destacar la **recogida de firmas** ‘Objetivo 2%’³⁴, reclamando un pacto entre todos los partidos políticos para elevar a dicha cifra, el porcentaje del PIB dedicado a inversión en ciencia en nuestro país. En 2023 la iniciativa ha superado las 975.000 firmas ciudadanas.

Entre sus logros también se encuentran el impulso de la **Agencia Estatal de Investigación** (AEI), la **instalación de desfibriladores**, que contó con el apoyo de más de 120.000 personas, y la **publicación de la primera base de datos de mujeres investigadoras españolas**, en colaboración con la Asociación de Mujeres Investigadoras y Tecnólogas (AMIT) que cuenta con casi 4.000 registros.

Estas han sido las acciones llevadas a cabo en 2023:

OBJETIVO	ACCIONES ASOCIADAS Y LOGROS
Fomentar las vocaciones STEM entre las niñas a través de la visibilización y creación de referentes femeninos en la ciencia	Constantes y Vitales ha querido despertar la vocación científica entre niñas y adolescentes a través de la campaña Chicas, la ciencia nos necesita . Esto ha sido posible a través de ejemplos de mujeres reales, tales como la bióloga molecular y primera mujer española candidata a astronauta, Sara García Alonso, la física Alba Cervera Lierta, y la bioingeniera Nuria Montserrat Pulido. La campaña ha tenido presencia en TV a través de <i>spots</i> y contenido en programas, además de presencia en radio, web y RRSS. Además, la campaña se completó con la difusión de <i>Cortinillas</i> para divulgar la labor de otras científicas como Margarita Salas, María Blasco o Elena García Armada, entre otras.

³⁴https://www.lasexta.com/constantas-vitales/causas/objetivo-ciencia/firma-elevar-pib-espanol-inversion-ciencia_202010165f89665bdf72120001c2ad3a.html



<p>Contribuir a la lucha contra el cáncer reclamando más inversión en investigación</p>	<p>Coincidiendo con el Día Mundial de la Investigación en Cáncer que se conmemora el 24 septiembre, Constantes y Vitales ha emitido una campaña en TV, radio y canales digitales con el fin de concienciar sobre la necesidad de investigar esta enfermedad, y así aumentar la tasa de supervivencia. Esta campaña cuenta con el respaldo de la Asociación Española Contra el Cáncer, quien promueve el movimiento <i>Todos Contra el Cáncer</i> para conseguir superar el 70% de supervivencia a la enfermedad de cara al año 2030. La campaña pone de relieve, a través de la metáfora de la cara y la cruz de una moneda, que 1 de cada 2 personas será diagnosticada de esta enfermedad.</p>
<p>Reconocer y fortalecer la labor investigadora de los científicos españoles en el ámbito de la biomedicina, así como las campañas de prevención en salud</p>	<p>Se ha celebrado la 9ª Edición de los Premios Constantes y Vitales. Los ganadores fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> o Asociación de donantes de médula ósea de Extremadura (Mejor Campaña de Divulgación en Prevención Médica). o Eduard Batlle, investigador ICREA en el Instituto de Investigación Biomédica (IRB Barcelona) y del CIBER de Cáncer (CIBERONC) (Mejor Publicación Biomédica del año). o Samuel Sánchez del Instituto de Bioingeniería de Cataluña, a quien se hizo entrega de un cheque de cien mil euros para garantizar la continuidad de su proyecto de investigación (Joven Talento en Investigación Biomédica). o Jesús San Miguel, consultor senior del Cáncer Center Clínica Universidad de Navarra y catedrático de medicina-hematología (Premio a la Trayectoria Científica en Investigación Biomédica).
<p>Divulgación científica a través de las Conversaciones Constantes y Vitales</p>	<p>Como sección del programa La Brújula de Onda Cero, Constantes y Vitales trata de ampliar la labor de divulgación científica de la iniciativa entrevistando cada mes a expertos de distintos campos. Además, las conversaciones tienen su formato de programa en atresplayer, que este año ha dedicado un espacio a analizar la situación de la investigación del cáncer en España.</p>

<p>OBJETIVOS 2024</p>	<p>Conmemorar los 10 años de historia de Constantes y Vitales con una campaña de comunicación que ponga en valor los logros conseguidos hasta ahora en el ámbito de la investigación y prevención médica.</p>
	<p>Reconocer y fortalecer la labor investigadora de los científicos españoles en el ámbito de la biomedicina, así como las campañas de prevención en salud a través de la celebración de la 10ª edición de los premios Constantes y Vitales.</p>
	<p>Contribuir a la mejora de la salud mental y reclamar una mayor investigación en enfermedades raras a través de diferentes acciones de comunicación.</p>

Crea Cultura

Crea Cultura es una iniciativa que nace en 2018 relacionada con **la divulgación y el interés de la sociedad por la cultura** y como respaldo de todos los profesionales que forman parte de este sector, en una defensa de los derechos de autor.

En 2023, Crea Cultura ha llevado a cabo las siguientes acciones:

OBJETIVO	ACCIONES ASOCIADAS Y LOGROS
Divulgar la creación literaria y fomentar los hábitos de lectura	<p>Emisión del programa <i>Crea Lectura</i>. Como cada año desde su creación, laSexta y MEGA han emitido quincenalmente el programa <i>Crea Lectura</i>, dedicado a la literatura y a los libros, defendiendo y reconociendo el valor de la Propiedad Intelectual y apoyando a los creadores y sus obras, en línea con los principales objetivos de <i>Crea Cultura</i>.</p> <p>Mantenimiento de la plataforma <i>Ahora qué leo</i>. Una iniciativa inédita en la televisión en abierto y que se desarrolla transversalmente en internet, en redes y en toda la programación de laSexta, buscando promocionar la pasión y los hábitos lectores entre todos los públicos.</p> <p>Acuerdo de colaboración para el patrocinio del Forum Edita.</p>

Respecto a los datos de audiencia de **Ahora que Leo** (AQL), en 2023 se han hecho un total de 381 menciones a la iniciativa en diferentes programas de laSexta con el siguiente alcance:

PROGRAMA	AUDIENCIA MEDIA	ESPECTADORES (miles)	MENCIONES
Al Rojo Vivo	10,8%	450	53
laSexta Noticias 14H	9,7%	908	99
laSexta Noticias 20H	6,8%	640	51
laSexta Noticias Fin de Semana	7,1%	599	75
Más Vale Tarde	6,7%	556	51
laSexta Xplica	5,2%	459	52

OBJETIVOS 2024	Seguir defendiendo el valor de la creación cultural en todos sus ámbitos con diferentes acciones.
	Divulgar la creación literaria y los hábitos de lectura a través de la plataforma <i>Ahora qué leo</i> y el programa <i>Crea Lectura</i> .
	Mantener los espacios de debate sobre la creación cultural y la defensa de la propiedad intelectual.

Tolerancia Cero

“Contra el Maltrato, Tolerancia Cero” es una **campaña de Responsabilidad Corporativa que nació en 2015 de la mano de la Fundación Mutua Madrileña y de Antena 3 Noticias**. La campaña discurre en el lugar de máxima notoriedad de todo el grupo Atresmedia, el plató de Informativos de Antena 3, y con todos sus presentadores implicados en la lucha contra la Violencia de Género. La potencia

mediática de Antena 3 Noticias se une así al conocimiento y la extensa trayectoria social de la Fundación Mutua Madrileña combatiendo esta lacra social.

En 2023 hemos comenzado además una estrecha **colaboración con la Policía Nacional**, que ha formado parte de la campaña apareciendo en pantalla junto a nuestros prescriptores y nos ha ayudado con su experiencia a seleccionar los mensajes y los destinatarios de los mismos.

Prueba de ello es que en los últimos años esta iniciativa ha recibido grandes distinciones de distintas instituciones, incluso del Gobierno de España o los gobiernos autonómicos y de la Guardia Civil. También a escala internacional, Tolerancia Cero ha recibido reconocimiento al ser escogido por la ONU Mujeres como caso de éxito a la hora de abordar una problemática social por un medio.

En 2023, Tolerancia Cero ha llevado a cabo las siguientes acciones:

OBJETIVOS	ACCIONES ASOCIADAS Y LOGROS
<p>Promover la educación social y sensibilizar a la población</p>	<p>Se han lanzado seis campañas en 2023 sobre las siguientes temáticas, aprovechando la notoriedad de Antena 3 y laSexta:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ahora más que nunca. 2. Testigo de violencia de género. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Información sobre qué es violencia de género. 2.2. <i>Webinar</i> para Colegios. 3. Acciones Municipales para jóvenes contra la violencia de género. 4. Cuéntaselo a alguien cercano. 5. Recursos para víctimas de violencia de género. <p>Presentación del III Macroestudio a la Reina Doña Letizia en la Casa Real.</p> <p>La acción <i>Contra el Maltrato, Tolerancia Cero</i> recibe el Premio Meridiana en Andalucía.</p> <p>Con motivo del Día contra la Violencia de Género 2023, Antena 3 emitió la quinta edición del especial <i>Tolerancia Cero</i>.</p> <p>Reconocimiento a 30 municipios de toda España por los proyectos contra la violencia de género desarrollados en sus localidades.</p> <p>III Jornadas contra el maltrato, Tolerancia Cero, centradas en los jóvenes.</p> <p>Acto conmemorativo con motivo del Día Internacional de la Eliminación de la Violencia contra la Mujer el 25 de noviembre en el Senado.</p>
<p>Difusión de proyectos contra el maltrato y la violencia de género</p>	<p>Un año más, se ha colaborado con los Premios Nos duele a todos, de la Fundación Mutua Madrileña, que han celebrado su octava edición. Una forma de hacer partícipe a la sociedad en la lucha contra esta lacra, premiando los mejores trabajos creativos presentados por estudiantes de toda España para concienciar contra la violencia de género, mediante su difusión en televisión, redes sociales y web de Tolerancia Cero.</p>



<p>Realización de estudios sobre Violencia de Género</p>	<p>Realización del IV Macroestudio sobre Violencia de Género: Macroencuesta online con 6.000 encuestados para conocer la percepción que tiene la población ante un tema tan grave como es la violencia de género. Los resultados del estudio se han difundido en informativos, redes sociales y a través de infografías. Asimismo, se han enviado a instituciones competentes en la materia.</p> <p>Como novedad, se ha ampliado el estudio, poniendo el foco en los más jóvenes de 16 a 21 años.</p>
--	--

<p>OBJETIVOS 2024</p>	<p>Continuar luchando contra la violencia de género en la sociedad española.</p>
	<p>Desarrollar nuevas acciones de comunicación centradas en el público joven.</p>
	<p>Contar un año más con el apoyo del Cuerpo Nacional de Policía y sumar la colaboración de la Guardia Civil, Jueces y Fiscales.</p> <p>Seguir colaborando con los ayuntamientos de España a través de la campaña: "Municipios contra el Maltrato".</p>

Levanta la Cabeza

Desde el año 2018, el Grupo Atresmedia impulsa el movimiento **Levanta la Cabeza**, una propuesta cuyo principal objetivo es impulsar la digitalización sostenible de la sociedad española, favoreciendo el uso de la tecnología desde un punto racional, responsable, constructivo y positivo. El proyecto se estructura en torno a tres pilares principales: la **seguridad**, la **responsabilidad** y la **universalidad**.

Adicionalmente, cuenta con un **comité de expertos** que comparten sus diferentes puntos de vista y asesoran a la plataforma sobre las últimas tendencias tecnológicas.

En 2023, Levanta la Cabeza ha llevado a cabo las siguientes acciones en base a los respectivos objetivos:

OBJETIVO	ACCIONES ASOCIADAS Y LOGROS
<p>Promover la digitalización sostenible</p>	<p>Levanta la Cabeza ha contribuido a dicho objetivo a través de la divulgación de diferentes contenidos pedagógicos y herramientas concretas, tanto en sus canales digitales (web y redes sociales) como en los espacios informativos de TV del Grupo.</p>
<p>Posicionar la web como referente en ámbitos de relevancia</p>	<p>Los contenidos de Levanta la Cabeza se han centrado en dos grandes temáticas: la Inteligencia Artificial y la ciberseguridad. Además, se han abordado otras áreas recurrentes como son la brecha digital, la educación digital y la digitalización sostenible de la sociedad.</p>
<p>Apostar por nuevos contenidos</p>	<p>Se ha apostado por incorporar más contenido en formato de noticias. Asimismo, se ha mantenido la emisión de reportajes más extensos para dar voz a expertos, y se han publicado posts prácticos con el fin de fomentar la educación digital en distintas áreas.</p>



OBJETIVOS 2024	Promover una digitalización sostenible de la sociedad a través de la divulgación de contenidos y herramientas en la web y redes sociales de Levanta la Cabeza.
	Concienciar a padres, madres y docentes sobre la necesidad de acompañar y educar en el uso responsable del móvil por parte de los menores.
	Combatir las <i>fake news</i> a través de la divulgación de herramientas y claves para detectarlas.

Objetivo Bienestar

Con la intención de promover hábitos de vida saludable entre adultos y niños, en el año 2014, Atresmedia lanzó Objetivo Bienestar. Esta iniciativa cuenta con una sección propia de periodicidad semanal en el programa *Espejo Público*, además de compartir sus iniciativas e hitos en su web.

Mediante estos canales de difusión, Objetivo Bienestar comparte consejos destinados a concienciar **sobre la importancia de tener buenos hábitos de alimentación, realizar ejercicio físico y cuidar el bienestar emocional.**

Esta iniciativa no busca únicamente contribuir a la concienciación de la sociedad en hábitos saludables, sino que, además, persigue **generar alianzas entre entidades y Administraciones Públicas en el fomento de estos hábitos.** En este sentido se ha materializado un año más el convenio de colaboración entre el Ministerio de Consumo y Bienestar Social y Atresmedia con la difusión de dos spots para promover la actividad física entre los adolescentes, una alianza en la que también participa la Agencia Española de Seguridad Alimentaria y Nutrición (AESAN) mediante su validación del contenido emitido.

8.2.2.2 Voluntariado Corporativo

Desde el año 2007 Atresmedia cuenta con un amplio **Programa de Voluntariado Corporativo** que se ha enfocado en impulsar la participación de sus empleados y sus familias en actividades relacionadas con diferentes causas sociales y colectivos para generar un impacto positivo en la sociedad y en los Objetivos de Desarrollo Sostenible. **El Programa de Voluntariado Corporativo de Atresmedia cuenta con dos líneas de actuación** principales:

COLABORACIÓN ACTIVA EN ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO: Atresmedia facilita a los empleados la oportunidad de participar en diferentes iniciativas de voluntariado para dar respuesta a sus inquietudes solidarias, permitiéndoles conocer la realidad de otros colectivos y enriquecerse personal y profesionalmente.

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DEL VOLUNTARIADO: Atresmedia promueve y difunde el voluntariado corporativo a través de los canales de comunicación del Grupo (TV, radio y plataformas digitales), así como a través de la participación en foros de referencia como la Red Voluntare o el Give&Gain de Forética.

En 2023, el programa ha experimentado un impulso significativo, produciéndose un **aumento considerable del número de participantes (32%), entidades impactadas (16%) y horas de voluntariado realizadas (15%)** respecto al año anterior. Esto se debe en gran medida a la consolidación de proyectos como los Clubs de Lectura, la colaboración periódica con el Comedor Social Santa María Josefa de Vallecas y la continua búsqueda de nuevos colectivos y realidades sobre las que sensibilizar a los empleados del Grupo. Además, en 2023, Atresmedia ha podido recuperar,



con gran aceptación por parte de sus empleados, su programa de voluntariado internacional, el cual tuvo que ser interrumpido a causa de la pandemia.

EN 2023 EL GRUPO HA RECUPERADO EL VOLUNTARIADO INTERNACIONAL Y TRES VOLUNTARIAS VIAJARON A NONG KHAI, EN TAILANDIA, PARA COLABORAR DURANTE DOS SEMANAS EN UN ORFANATO

Con el fin de avanzar en su compromiso social y el objetivo mejorar su desempeño cada año, Atresmedia ha continuado con la medición del impacto generado por el programa de voluntariado corporativo:

	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Número de voluntarios	341	449	31,7%
Horas de voluntariado	2.044	2.362	15,6%
Número de actividades de voluntariado	29	29	0,0%
Gasto en voluntariado (€)	10.255	16.372	59,6%
Número de entidades sociales atendidas	19	22	15,8%

Como novedad estratégica, durante 2023 el Grupo ha trabajado por establecer relaciones con entidades sociales con las que no había colaborado con anterioridad, lo que ha permitido enriquecer el programa de voluntariado, satisfacer las inquietudes sociales y ambientales de sus empleados y dar a conocer las necesidades de diferentes colectivos y entidades.

Adicionalmente, con la intención de que cada voluntariado tenga el mayor impacto posible, antes de cada actividad, los participantes reciben una formación específica en la que se aporta la información y el contexto necesarios para poder colaborar con las entidades sociales de una forma responsable. Esto ha repercutido positivamente en la experiencia del empleado y en la calidad de las actividades ofertadas por parte del Grupo.

EN 2023 LA INVERSION ECONÓMICA EN VOLUNTARIADO DEL GRUPO HA CRECIDO UN 60% RESPECTO AL AÑO ANTERIOR. POR SU PARTE, LAS HORAS DE VOLUNTARIADO REALIZADAS HAN AUMENTADO UN 16%

Al igual que en ejercicios anteriores, Atresmedia ha querido conocer la percepción de sus empleados sobre el programa de Voluntariado Corporativo. Para ello, ha solicitado el *feedback* de los participantes de cada actividad mediante encuestas de valoración. Estas encuestas no solo permiten obtener la información necesaria para seguir avanzando y mejorando en este ámbito, sino que, además, constata una vez más el éxito del programa: el **99% de los voluntarios afirmó que volvería a participar en el voluntariado realizado**. Ningún voluntario afirmó no estar interesado en repetir la actividad, por lo que la experiencia ha sido muy positiva.

EL 92,8% DE LOS VOLUNTARIOS DE ATRESMEDIA CONSIDERA QUE EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO ES UN FACTOR QUE INFLUYE SIGNIFICATIVAMENTE EN SU PERCEPCIÓN POSITIVA DE LA COMPAÑÍA

Capacidades como la **empatía, la adaptación y el trabajo en equipo** son las que los voluntarios consideran haber desarrollado más este año, con un 9,5 sobre 10 de media.

Por último, como actividad complementaria al desarrollo de su programa de voluntariado corporativo, **Atresmedia ha participado en 2023 en Think Social**, evento orientado a ayudar al tercer sector a renovar su base social y garantizar así su sostenibilidad económica, y en la asamblea anual de socios de Voluntare, que es una red ideada para generar espacios de colaboración entre empresas y entidades sociales a través del voluntariado corporativo.



A continuación, se detallan las principales actividades de voluntariado realizadas durante 2023 y su contribución a los ODS entre las que destacan:

CONTRIBUCIÓN DE LAS INICIATIVAS DE VOLUNTARIADO A LOS ODS		METAS
	<p>Alimenta con tu tiempo: colaboración periódica durante todo el año con el comedor social Santa María Josefa para ayudar con labores de cocinado, servicio y limpieza.</p> <p>La Gran Recogida de Alimentos: participación en la campaña Gran Recogida de Alimentos, en supermercados con el objetivo de animar a los clientes a hacer su donación económica como parte de la acción impulsaba por FESBAL.</p> <p>Te invito a cenar: colaboración con teinvitoacenar.org para realizar una cena solidaria dirigida a personas con escasos recursos. Los voluntarios se encargaron de envolver regalos, preparar, cocinar, limpiar, servir mesas y dar servicio de ropero para poder celebrar una cena de Navidad a personas que no se la pueden permitir.</p>	2.1
	<p>Clubs de lectura para personas mayores: acompañamiento a personas mayores a través de clubs de lectura por videollamada y presenciales en algunas residencias. Se ha realizado un acto especial para celebrar el segundo aniversario del proyecto con la visita de un grupo de mayores de una residencia a las instalaciones de Atresmedia donde pudieron conocer los platos de televisión más célebres.</p> <p>Kits de superhéroes para niños hospitalizados: colaboración con la entidad Pequeño Deseo en la que los voluntarios recibieron unos kits de manualidades para realizar disfraces de superhéroes para niños hospitalizados que estaban pasando por una enfermedad, con el objetivo de mejorar su estado de ánimo y ayudar en su recuperación.</p>	3.4
	<p>Voluntariado Internacional en Tailandia: apoyo durante dos semanas en un orfanato de <i>Nong Khai</i>, Tailandia, con niños y jóvenes de 0 a 17 años en colaboración con Asociación para la Solidaridad. Durante este tiempo, las tres voluntarias apoyaron en tareas de educación, acompañamiento y animación.</p> <p>Formaciones online: colaboración con Cibervoluntarios donde los voluntarios impartieron formaciones sobre nuevas tecnologías para que jóvenes y personas mayores se desenvuelvan en el ámbito digital.</p> <p>Mentes AMI: apoyo en la producción del Evento Mentes AMI para docentes, de la Fundación Atresmedia dirigido a acercar la Alfabetización Mediática e Informativa a niños y jóvenes.</p>	4.4, 4.5



	<p>Formaciones online: colaboración con Fundación Randstad donde los voluntarios impartieron formaciones sobre nuevas tecnologías para que personas con discapacidad aprendan a desenvolverse en el ámbito digital y laboral.</p> <p>Taller de Tote Bags: realización de un taller de manualidades para confeccionar Tote Bags junto a Fundación Antares con niños y jóvenes con discapacidad intelectual.</p> <p>Taller culinario con personas refugiadas: realización de un taller de cocina en el que los voluntarios pudieron ayudar a practicar el español y sus habilidades comunicativas a personas refugiadas atendidas por CEAR.</p> <p>Acondicionamiento de la sede de Fundación Manantial: colaboración con la entidad para pintar y reacondicionar sus instalaciones donde trabajan con personas con discapacidad psíquica.</p> <p>Visita a la bolera: actividad de ocio en una bolera con niños tutelados que viven en centros de acogida, en colaboración con Soñar despierto.</p> <p>Actividad de ocio con personas migrantes: realización de una <i>gymkana</i> por la ciudad de Madrid con personas migrantes que atiende La Merced Migraciones.</p> <p>Huerto urbano con personas con inteligencia límite: apoyo durante una jornada en el huerto urbano gestionado por personas con inteligencia límite de la Fundación Capacis.</p> <p>Mercadillo de la Fundación SonÁngeles: apoyo en un evento de la entidad para recaudar fondos para personas con discapacidad severa.</p> <p>Visita a Atresmedia: organización de una visita a la sede de Atresmedia dirigida a estudiantes con discapacidad intelectual de un taller de audiovisuales de la Fundación Gil Gayarre.</p>	<p>10.2, 10.3</p>
	<p>Ocio inmersivo con personas sin hogar: organización de una actividad de ocio con personas sin hogar de Hogar Sí – Fundación RAIS consistente en un desayuno y una visita a una exposición cultural inmersiva.</p>	<p>11.1</p>
	<p>Apicultor por un día: realización de una actividad de sensibilización medioambiental en un apiario gestionado por la entidad Ecocolmena.</p>	<p>15.1, 15.2, 15.5</p>

8.2.2.3 Otras iniciativas corporativas de sensibilización a la sociedad y a los empleados

Adicionalmente a las iniciativas de largo recorrido mencionadas en los apartados anteriores, en 2023, Atresmedia ha seguido trabajando de manera puntual en distintas campañas de sensibilización en colaboración con otras marcas y organizaciones para **concienciar y visibilizar una serie de temáticas sociales concretas**. Entre ellas destacan:

#Inseparables

Esta iniciativa, resultado del acuerdo de colaboración renovado en 2023 entre la Fundación Affinity y Atresmedia, busca **mejorar el vínculo entre las personas y sus animales de compañía**, así como luchar contra el abandono de los mismos.

OrquYO de lo que eres

Con motivo de la celebración del mes del Orgullo, y en su compromiso para promover la diversidad y conectar a las personas con la realidad que les rodea, Atresmedia lanzó la campaña *OrguYO de lo que eres*, con el fin de abordar la importancia de la autoaceptación y el amor propio entre aquellas personas con miedo al rechazo por su identidad u orientación sexual.

Televisión accesible con contenidos adaptados

Atresmedia ha celebrado el Día Mundial de la Televisión con una campaña que reivindica la importancia de la televisión accesible y con contenidos adaptados. La campaña está compuesta por diferentes *spots* de programas de Atresmedia cuyo volumen se reduce progresivamente hasta volverse inaudible. Esta campaña pretende, por un momento, “igualar” a todos los espectadores, subrayando la importancia de derribar estas barreras en los medios de comunicación.

Salud mental de los niños y las niñas en las redes sociales

Atresmedia y Dove han acordado colaborar en el despliegue de acciones para proteger la salud mental de la infancia, mediante la creación de entornos digitales y en redes sociales más seguros y positivos.

Adicionalmente Atresmedia ha organizado diversas iniciativas de sensibilización social entre sus empleados alineadas con los ODS.

CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN A EMPLEADOS ALINEADAS CON LOS ODS	
	Atresmedia ha promovido un año más entre sus empleados la Gran Recogida de Alimentos de FESBAL, recaudando un total de 2.503 kg. Desde que Atresmedia inició su colaboración en 2013, se han donado ya más de 20 toneladas.
	Atresmedia ha desarrollado una emotiva campaña para conmemorar el Día Internacional de la Mujer , a través de una pieza audiovisual difundida en todos los canales de Atresmedia Televisión y Atresmedia Radio, así como en los perfiles de redes sociales de la Compañía.
	Atresmedia celebró el Mes de la Diversidad con un reportaje especial en su revista interna MASDIII y ha participado como colaborador oficial del Mes Europeo de la Diversidad.
	Atresmedia celebró la quinta edición del Mercadillo de la Tele para empleados, apostando por la economía circular, la solidaridad y dando una nueva vida a las prendas de los presentadores más famosos de la televisión.
	Atresmedia se sumó al octavo aniversario del lanzamiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible con la campaña #ODSporbandera , promovida por el Pacto Mundial de Naciones Unidas en España. Esta campaña contó con una actividad de sensibilización interactiva a los empleados de Atresmedia y una comunicación interna que detallaba algunas de las iniciativas del Grupo desde el lanzamiento de la Agenda 2030.

8.2.2.4 Otras campañas de posicionamiento: Hablando en Plata

En el año 2023 Atresmedia ha seguido trabajando en su iniciativa Hablando en Plata, **un movimiento a favor de las personas mayores** por parte de laSexta y de Antena 3.

A través de esta iniciativa se busca potenciar el envejecimiento activo, que permite a las personas mayores alcanzar su potencial de bienestar físico, social y mental a lo largo de su ciclo vital y participar en la sociedad de acuerdo con sus necesidades, deseos y capacidades, mientras que se les proporciona protección, seguridad y cuidados adecuados cuando necesitan asistencia.



Durante el año 2023, la iniciativa Hablando en Plata realizó diversas campañas de comunicación, entre las que cabe destacar: *Gracias*, una campaña dedicada a poner en valor la aportación del colectivo *silver* a la sociedad y *Soledad no Deseada*, en colaboración con la Asociación Amigos de los Mayores, además de la vinculación de la iniciativa a ciertas fechas destacables como el Día Contra el Abuso y el Maltrato a la Vejez. Adicionalmente se han emitido **dos programas especiales**, centrados en una problemática particular de la vejez, El Escándalo de las Residencias y Ciudadanos de Segunda.

Desde el nacimiento de la iniciativa, Atresmedia ha apostado por dar seguimiento informativo a la actualidad que concierne a los mayores. Para ello, la iniciativa tiene presencia en la mayoría de las semanas del año a través de los informativos de Antena 3 y laSexta con piezas emitidas bajo el sello Hablando en Plata, garantizando así otorgar prioridad a la difusión de noticias que se encuadren dentro de la misión, visión y valores de esta iniciativa.

Por otra parte, la web se ha mantenido actualizada con contenido relacionado con los mayores, sus problemáticas y temas de interés, ofreciendo desde artículos hasta noticias y reportajes, siempre bajo la premisa de servir de utilidad a nuestro *target*. En la web³⁵ de la iniciativa se ha complementado la labor del Grupo con contenidos de valor que suman a los ya existentes a través del resto de canales de comunicación de Atresmedia.

OBJETIVOS	Liderar un movimiento social de concienciación .
	Aumentar la percepción de valor del Grupo.
	Servir de ayuda al sector de la población de más de 55 años.

	PASES DE LA INICIATIVA POR CADENA													
	Antena 3		laSexta		Neox		Nova		MEGA		Atreseries		Total	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Hablando en plata	346	1.983	282	1.646	335	1.280	336	1.473	309	1.435	337	1.469	1.945	9.286

	Horas			Audiencia acumulada (mil)		Cobertura %	
	2022	2023	Variación (%)	2022	2023	2022	2023
	Hablando en plata³⁶	13,6	60,8	347%	30.928	39.430	71

8.2.3 Fundación Atresmedia

Durante 2023, la misión de la Fundación Atresmedia ha continuado alineada con el propósito corporativo del Grupo, trabajando por la Alfabetización Mediática e Informativa (AMI) de niños y jóvenes e incluyendo los aspectos relacionados con la alfabetización digital, en línea con la interpretación del concepto que hace la UNESCO. La especialización de la actividad de la Fundación en este ámbito permite dar respuesta a los requerimientos del artículo 10 de la Ley General de Comunicación Audiovisual 13/2022, que insta a los medios a promover la adquisición y el desarrollo de las capacidades de alfabetización mediática en todos los sectores de la sociedad.

Con el objetivo de que los niños y jóvenes desarrollen las competencias necesarias para hacer un uso seguro y responsable de la información, la Fundación Atresmedia plantea una serie de intervenciones de alto impacto que abordan las oportunidades y los problemas más relevantes con los que se enfrentan en relación con el conocimiento de los medios, el acceso y la gestión de la información y el uso de los dispositivos digitales.

En 2023, la actividad de la Fundación Atresmedia se ha centrado en las siguientes líneas de actuación:

³⁵ www.hablandoenplata.es

³⁶ La audiencia acumulada del spot de la campaña de Hablando en Plata junto con Fundación Amigos de los Mayores ha sido de 24.675 miles de espectadores y una cobertura de un 56%.

1

Proyectos en los que los niños y jóvenes, sus familias y la comunidad educativa desarrollan las competencias mediáticas, informacionales y digitales que les habilitan para gestionar de forma crítica y responsable la información que reciben, crean y comparten y el uso de los dispositivos.

2

Acciones de sensibilización dirigidas a la sociedad en su conjunto, para dar a conocer las oportunidades y los riesgos del entorno mediático, informacional y digital.

3

Acciones de posicionamiento institucional orientadas a construir alianzas, ampliar el número de instituciones involucradas en la alfabetización mediática, informacional y digital de los niños y jóvenes, y a trasladar a la agenda pública la necesidad de trabajar en este ámbito.

1. Proyectos

Busca tu causa y dale Efecto MIL

Proyecto de desarrollo creativo y concienciación, que busca fomentar el uso positivo de las Redes Sociales entre jóvenes de 16 a 25 años, **involucrándolos en la sensibilización de su entorno sobre los principales problemas que les afectan mediante la creación y difusión de vídeos para RRSS.** En esta segunda edición, los participantes podían inscribirse y participar en la convocatoria de premios enviando sus vídeos en torno a las cinco temáticas propuestas: las *fake news*, el acoso en redes sociales, los peligros de los retos virales, los discursos de odio y la adicción a redes sociales.

Tras la recepción de las candidaturas, los 10 jóvenes seleccionados como finalistas han participado en una formación a cargo de profesionales de Atresmedia y han realizado una edición final de sus vídeos para posteriormente compartirlos en RRSS y contribuir así a sensibilizar a otros jóvenes de su entorno. Los autores del vídeo ganador han sido premiados con un pack tecnológico valorado en 3.000 euros y una experiencia en Atresmedia.

EFFECTO MIL TRASLADA UN DOBLE MENSAJE SOBRE EL USO DE LAS REDES SOCIALES: DEMUESTRA QUE CUANDO SE UTILIZAN DE FORMA POSITIVA SON ÚTILES COMO HERRAMIENTA PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS QUE PRODUCEN Y QUE LOS JÓVENES, CON SU LENGUAJE, SU CREATIVIDAD Y SU COMPROMISO, SON LOS MEJORES AGENTES DE CAMBIO EN SU ENTORNO

Un total de 37 entidades educativas y de intervención social han colaborado con la Fundación Atresmedia en la difusión de este proyecto. Universidades, escuelas de creatividad, centros de formación profesional, ONG y redes de información juvenil, alineadas con los valores y con el objetivo que incorpora Efecto MIL, han promovido la participación de los alumnos y los jóvenes con los que intervienen, ampliando su alcance. El éxito de esta edición se ha constatado en las cifras de participación, un total de 474 inscripciones y 275 vídeos recibidos.

Mentes AMI

Proyecto dirigido a profesores y centros educativos que promueve el desarrollo de competencias de alfabetización mediática, informacional y digital en las aulas a través de dos acciones: una convocatoria de premios a iniciativas destacadas realizadas en centros educativos y un gran encuentro anual de inspiración y conocimiento para la comunidad docente. En su segunda edición, el proyecto ha conseguido un impacto muy relevante en sus dos componentes:

1. Los Premios Mentes AMI han reconocido las mejores iniciativas desarrolladas por profesores y centros educativos durante el curso escolar en tres categorías: **fomento del pensamiento crítico, impulso a la creatividad audiovisual responsable y promoción de los valores y la convivencia**. Los proyectos premiados han sido difundidos en los canales de televisión del Grupo Atresmedia, con el objetivo de reconocer su excelencia, extender las buenas prácticas que incorporan y servir de inspiración a otros centros educativos que deseen desarrollar iniciativas en los mismos ámbitos. En 2023, se han presentado un total de 232 proyectos a la convocatoria de premios.
2. El segundo Encuentro Mentes AMI, que ha contado con la asistencia de 8.000 docentes, ha vuelto a ser uno de los eventos educativos más relevantes de cuantos se celebran en España y el encuentro de referencia en el ámbito de la alfabetización mediática e informacional. Este espacio de inspiración y aprendizaje **reúne a profesores de toda España con expertos y profesionales que tratan desde distintas perspectivas los aspectos relacionados con las competencias mediáticas, informacionales y digitales**, y comparten experiencias y herramientas prácticas para su aplicación en las aulas. En 2023 el evento contó con la asistencia de más de 8.000 docentes vía presencial o *streaming*, de los que un 92% afirmó haber recibido recursos que aplicarán en sus aulas.

AMIBOX

Contenido audiovisual educativo producido por la Fundación Atresmedia, orientado a jóvenes (AMIBOX) y niños (AMIBOX kids), a sus familias y educadores, para ayudarlos a ampliar su conocimiento del mundo de los medios, la información y los dispositivos. AMIBOX cuenta con la supervisión pedagógica de destacados expertos en alfabetización mediática y facilita que los jóvenes puedan desenvolverse de forma segura en este entorno, descubriendo los conceptos y las competencias que les permitirán aprovechar al máximo las oportunidades que ofrece y protegerse de los riesgos que conlleva. Durante el año 2023 se han estrenado más de 120 capítulos de AMIBOX en atresplayer y en YouTube, obteniendo más de 800.000 visualizaciones.

La constatación de la calidad pedagógica de los capítulos de AMIBOX, unida a la necesidad de la comunidad educativa de disponer de recursos para trasladar a las aulas las competencias mediáticas e informacionales que prevé la LOMLOE³⁷, ha llevado a la Fundación Atresmedia a desarrollar también en 2023 el proyecto **AMIBOX-Aula**. Esta plataforma interactiva de uso educativo y acceso gratuito permite que los docentes puedan preparar sus clases sobre las materias más relevantes de la alfabetización mediática y digital, accediendo a los recursos que ofrece AMIBOX estructurados según temas, situaciones de aprendizaje y distintas actividades, que se pueden desarrollar en las aulas y que, además, se acompañan de herramientas de evaluación competencial.

LA FUNDACIÓN ATRESMEDIA HA LANZADO EN 2023 AMIBOX-AULA; UNA PLATAFORMA INTERACTIVA CON RECURSOS PARA QUE LOS DOCENTES PUEDAN TRABAJAR LAS COMPETENCIAS MEDIÁTICAS, INFORMACIONALES Y DIGITALES EN LAS AULAS

Transcurridos dos meses desde su presentación, que se realizó a finales del mes de octubre de 2023, AMIBOX-Aula ha recibido inscripciones de profesores de toda España y registra accesos desde más del 10% de los centros educativos que imparten Educación Primaria y Secundaria.

³⁷ Nombre que recibe la Ley Orgánica de Educación 3/2020, de 29 de diciembre.



Además de los contenidos de AMIBOX, la Fundación Atresmedia produce y difunde semanalmente en las redes sociales otros contenidos breves, bajo el título **AMIFLASH**. Estos contenidos abordan cuestiones de actualidad desde una perspectiva didáctica y crítica, integrando el conocimiento de los medios, la gestión de la información o los avances y riesgos que surgen en el mundo digital. **AMIFLASH cuenta con la colaboración de jóvenes periodistas del Grupo, quienes actúan como prescriptores y son seguidos por una comunidad de más de 64.000 usuarios de las redes.**

2. Acciones de sensibilización

En el campo de la **sensibilización a la sociedad**, la Fundación Atresmedia ha realizado distintas acciones en colaboración con entidades de referencia por su trabajo en favor de la infancia y la adolescencia y por su preocupación por los riesgos digitales. Concretamente, en 2023 se han difundido dos campañas en televisión y radio con el objetivo de promover que las familias se impliquen en el acompañamiento a los niños y jóvenes en el uso de las redes sociales:

Estás a un clic de ayudarles, promovida por la Asociación Europea para la Transición Digital, con la colaboración de la Agencia Española de Protección de Datos, Fundación ANAR y la Fundación Atresmedia.

Descubre su mundo digital, promovida por la Fundación FAD Juventud, con la colaboración de la Fundación Atresmedia.

3. Posicionamiento institucional

Adicionalmente, durante 2023 se ha avanzado en la estrategia de **posicionamiento institucional** de la Fundación a través de la formalización de alianzas con entidades de reconocido prestigio. Estas entidades se han unido a la Fundación Atresmedia para ampliar el alcance y el impacto de sus proyectos o para sensibilizar a la sociedad, alertando sobre los usos problemáticos de los dispositivos digitales.

ATRESMEDIA HA SUSCRITO ACUERDOS DE COLABORACIÓN CON UNICEF ESPAÑA, PLATINO EDUCA, UNIE UNIVERSIDAD, FUNDACIÓN TELEFÓNICA Y LA UNIVERSIDAD VILLANUEVA PARA AMPLIAR EL IMPACTO DE SUS ACCIONES

	Horas		Audiencia Acumulada (Miles)		Cobertura %	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Fundación Atresmedia	33,3	19,0	38.032	33.209	87,3	75,5
Fundación Atresmedia AMIBOX	2,8	14,4	20.293	31.738	46,6	72,1

	PASES POR CADENA DE FUNDACIÓN ATRESMEDIA													
	Antena 3		laSexta		Neox		Nova		MEGA		Atreseries		Total	
	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023
Fundación Atresmedia	746	324	785	404	679	668	676	311	112	268	120	308	4.212	2.283
Fundación Atresmedia AMIBOX	50	305	43	305	92	328	44	256	42	250	44	256	315	1675

Por último, la Fundación Atresmedia se ha adherido a la propuesta de **Pacto de Estado, Protegiendo a la infancia y adolescencia en el entorno digital**, promovida por la Asociación Europea para la

Transición Digital, con el apoyo de *Save The Children*, Fundación ANAR, iCMedia, Dale la Vuelta y UNICEF.

Contribución a los ODS

Como en años anteriores, a continuación, se detalla la contribución de la Fundación Atresmedia a los ODS:

CONTRIBUCIÓN DE LA FUNDACIÓN ATRESMEDIA A LOS ODS		METAS
	Alfabetización Mediática e Informativa (AMI): La Fundación Atresmedia ha desarrollado iniciativas alineadas directamente con la promoción de una educación de calidad a través de la alfabetización mediática e informativa.	4.4

Gobierno corporativo

Durante el ejercicio 2023 no se han producido modificaciones en la composición del Patronato de la Fundación Atresmedia y este ha ejercido con normalidad sus funciones de gobierno y de rendición de cuentas ante el Protectorado de Fundaciones del Ministerio de Cultura y Deporte. Por su parte, la Comisión Ejecutiva que forman seis patronos de la Fundación, designada para la orientación y el seguimiento de la actividad, tampoco ha tenido modificaciones en su composición y ha mantenido las reuniones ordinarias previstas.

Modelo de financiación

Atresmedia ha dotado durante el ejercicio de 2023 a la Fundación de una cantidad de 500.000 euros, cuantía a la que se deben sumar las donaciones recibidas, 85.134€, un 157% más que en 2022 y otros ingresos por convenios de colaboración (215.000€)³⁸ hasta alcanzar un total de 800.134€ de presupuesto final. Asimismo, cabe destacar que la Fundación Atresmedia no recibe subvenciones procedentes del Estado.

8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos

El Grupo Atresmedia como empresa firmante del Pacto Mundial de las Naciones Unidas se compromete a respetar y a velar por el cumplimiento de los principios y compromisos defendidos por esta iniciativa. En este sentido, Atresmedia vela por garantizar el máximo respeto a los Derechos Humanos.

Teniendo en cuenta la naturaleza de la actividad de Atresmedia, y que la mayor parte de su negocio se desarrolla en España bajo la legislación nacional, el Grupo entiende que la compra y difusión de sus contenidos y la relación con sus empleados son los aspectos a los que debe prestar una mayor atención a fin de evitar generar un impacto adverso en los Derechos Humanos.

En 2023 uno de los aspectos más relevantes ha sido el desarrollo de un procedimiento de Diligencia Debida en materia de Derechos Humanos (DDHH) que ha permitido al Grupo identificar y evaluar los potenciales impactos adversos en esta materia. En este sentido, **Atresmedia dispone de un Manual de Diligencia Debida corporativo en materia de Derechos Humanos**, que actúa como guía interna para la correcta gestión de las temáticas más destacadas, así como para la identificación futura de asuntos relevantes en esta materia ante posibles cambios significativos en el modelo de negocio del Grupo.

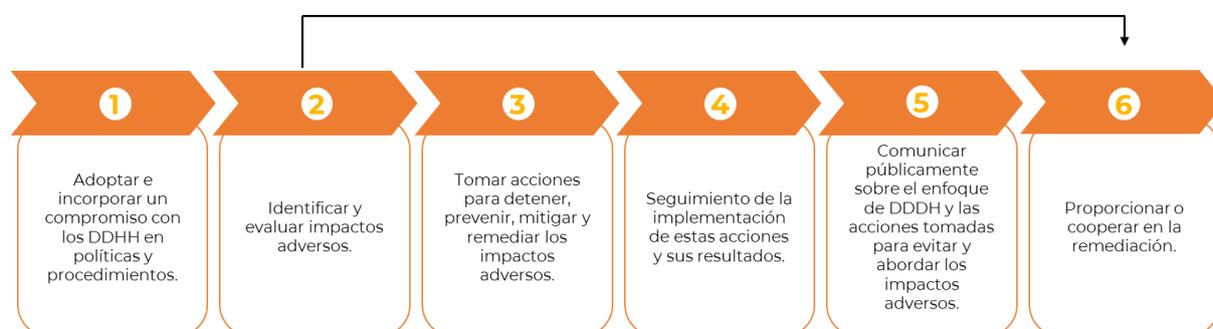
EN 2023 ATRESMEDIA HA ELABORADO DE UN MANUAL DE DILIGENCIA DEBIDA EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS QUE SIRVE COMO GUÍA INTERNA PARA LA CORRETA GESTIÓN DE LOS DERECHOS IDENTIFICADOS COMO PRIORITARIOS

³⁸ Durante 2023 se ha colaborado en proyectos con EGEDA, Fundación Telefónica y UNIE. Además, se han reforzado las actividades de captación de fondos, incrementando los ingresos obtenidos durante el año.



Dicho Manual recoge los aspectos esenciales de cualquier procedimiento de Diligencia Debida, según lo dispuesto por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) en sus Líneas Directrices:

- Formular un compromiso sobre conducta responsable e incorporarlo en las políticas y procedimientos.
- Identificar y evaluar impactos adversos.
- Tomar medidas para detener, prevenir y mitigar impactos adversos.
- Realizar un seguimiento de la eficacia de la implementación de las medidas tomadas.
- Reportar públicamente su enfoque respecto a los Derechos Humanos, los impactos adversos identificados, las medidas tomadas, las quejas/reclamaciones y los mecanismos de remediación.
- Establecer y aplicar (cuando aplique) mecanismos de remediación, incluyendo el establecimiento de un mecanismo de quejas/canal de denuncias.



Destacar también que en 2023 el Grupo Atresmedia ha actualizado su Código de Conducta en el que se recoge expresamente su compromiso con los Derechos Humanos. Además, en este Código se consideran temáticas como el *Cumplimiento normativo*, el *respeto a los valores éticos* y a los *Derechos Humanos* como principios básicos de comportamiento del Grupo y se refleja el compromiso explícito con *el respeto, la protección y el cumplimiento de la Carta Internacional de los Derechos Humanos de Naciones Unidas*, así como el compromiso con los *Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos de Naciones Unidas* y el compromiso con la *Carta Europea de Derechos Humanos*, que consagra como derecho fundamental la protección de los datos de carácter personal.

En línea con lo establecido por los principales instrumentos de protección nacional e internacional de los Derechos Humanos, Atresmedia ha establecido también mecanismos de prevención, identificación y erradicación de conductas que puedan suponer una vulneración a los derechos fundamentales, prestando especial atención a la libertad de expresión, la dignidad de las personas, derechos al honor, la intimidad y la propia imagen o la protección de los datos de carácter personal. La garantía de todos estos derechos está en consonancia con los valores y la cultura corporativa de Atresmedia.

Junto a la actualización del Código de Conducta, en 2023 Atresmedia ha actualizado su Canal de Consultas y Denuncias, que es el medio preferente de comunicación de las infracciones relacionada con el Grupo Atresmedia o personas vinculadas que suponga una vulneración de Derechos Humanos y las Libertades Públicas, de acuerdo con las leyes y prácticas internacionalmente aceptadas o que sean contrarias a las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), especialmente



de aquellas relacionadas con el trabajo de los menores de edad. En 2023 no se han recibido consultas ni denuncias través de este Canal por abuso y/o vulneración de los Derechos Humanos³⁹.

Además del Canal de Consultas y Denuncias mencionado anteriormente, Atresmedia cuenta con otros mecanismos adicionales que le permite detectar posibles vulneraciones en materia de Derechos Humanos como es el buzón de Responsabilidad Corporativa, al que puede dirigirse cualquier persona.

Del mismo modo, entre los **mecanismos para la protección de los Derechos Humanos** de Atresmedia destaca el compromiso de respetarlos y velar por su cumplimiento tal y como se detalla en su Política General de Responsabilidad Corporativa. Esta política recoge específicamente el compromiso de Atresmedia de:

- **Promover la libertad de expresión, la diversidad, el pluralismo y la no discriminación en sus contenidos** informativos y de entretenimiento y la protección de los Derechos Humanos reconocidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- **Velar porque los contenidos publicitarios respeten rigurosamente los Derechos Humanos**, rechazando firmemente aquellas campañas que inciten a la violencia, a la discriminación, que fomenten conductas que atenten contra la dignidad humana, o que perjudiquen a los menores o a cualquier grupo minoritario que requiera especial atención.
- **Garantizar los Derechos Laborales**, velando por el cumplimiento de las disposiciones de la OIT, especialmente aquellas relacionadas con la privacidad de sus empleados o el trabajo de los menores de edad, no admitiendo prácticas contrarias a este ni al resto de sus principios.

Junto a la Política de Responsabilidad Corporativa, existen otras políticas y procedimientos que contribuyen a la protección de los Derechos Humanos entre las que destacan:

Política de RRHH
<p>La Política de RRHH asume los siguientes principios que aplican a todos los empleados de la entidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proporcionar un empleo estable y un entorno laboral gratificante. • Formar y favorecer el desarrollo profesional de nuestro capital humano. • Atraer y retener el talento. • Garantizar los Derechos Humanos y Laborales. • Promover la igualdad, la diversidad y la conciliación. • Velar por un entorno de trabajo seguro y saludable. <p>Además de estos principios, Atresmedia garantiza los DDHH y laborales a través de su Política de RRHH gracias a la inclusión de principios internacionales de conducta, principalmente Naciones Unidas, en dicha política. Estos principios hacen referencia al cumplimiento de <i>las disposiciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), especialmente aquellas disposiciones relacionadas con el trabajo de los menores de edad, reconociendo el derecho de libertad de asociación y promoviendo el dialogo social con los representantes.</i></p>
Política de Publicidad Responsable
<p>La publicidad es un aspecto clave en el negocio de Atresmedia, por ello el Grupo se compromete a ofrecer una publicidad apta para todos los públicos. En este sentido, la Compañía vela por unos contenidos publicitarios que mantengan de forma clara los valores fundamentales de veracidad, honestidad, credibilidad y respeto por los Derechos Humanos, tal y como se manifiesta en la Política.</p>

³⁹ El análisis de las denuncias o quejas a través del Canal se ha realizado de acuerdo con los criterios de reporte del indicador el GRI 406-1, que establece que “deben tenerse en cuenta los casos de discriminación por motivos de raza, color, sexo, religión, opinión política, ascendencia nacional u origen social de acuerdo con la definición de la OIT, así como otras formas relevantes de discriminación, que impliquen a grupos de interés internos o externos en todas las operaciones durante el periodo objeto del informe”.

Además, en esta política el Grupo se compromete de forma inequívoca a *velar por el respeto a los Derechos Humanos, protegiendo especialmente a los menores*, lo que ha supuesto no solo la adaptación a las últimas modificaciones legales, sino la adopción de un marco específico para la protección de los espectadores, especialmente los espectadores más pequeños.

Para Atresmedia el respeto y la protección de los Derechos Humanos debe necesariamente velar y garantizar los derechos de todos los trabajadores de su cadena de valor, dentro de su capacidad de actuación, y en especial los de sus trabajadores, garantizando el respeto de todos los Derechos Humanos y Laborales (ver apartado [8.3.5 Garantía de los Derechos Laborales](#)).

Los nuevos empleados del Grupo realizan como formación obligatoria en el momento de su incorporación un curso sobre el Modelo de Cumplimiento y Prevención de Delitos del Grupo, cuyo contenido se ha actualizado a finales de 2023 para incluir cuestiones relacionadas con los DDHH.

Por último, hay que mencionar que a lo largo de este documento se profundiza en las medidas que el Grupo Atresmedia ha llevado y lleva a cabo orientadas a mantener su firme compromiso con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y el bienestar de sus empleados y grupos de interés.

8.3 Sobre los empleados

Tal y como queda reflejado en su **Política de Recursos Humanos**, el Grupo Atresmedia es consciente de que las personas son el principal activo y valor de las compañías y que la excelencia en su gestión puede marcar la ventaja competitiva de una empresa a lo largo del tiempo y ser la clave de su éxito. En esta línea, la estrategia de Recursos Humanos de Atresmedia se basa en los siguientes valores: **orientación a las personas, trabajo en equipo, comunicación y orgullo de pertenencia**. Dicha política establece, además, los siguientes objetivos:

- Proporcionar un empleo estable y un entorno laboral gratificante.
- Formar y favorecer el desarrollo profesional de nuestro capital humano.
- Atraer y retener el talento.
- Garantizar los Derechos Humanos y Laborales.
- Promover la igualdad, la diversidad y la conciliación.
- Velar por un entorno de trabajo seguro y saludable.

Las claves de 2023

En este 2023, se han identificado los siguientes aspectos clave en la gestión de personas, los cuales han sido abordados por el equipo de Recursos Humanos de Atresmedia y cuya información detallada se aporta a lo largo del presente capítulo:



<p>Negociaciones para los convenios colectivos de Atresmedia Tech, Atresmedia Multimedia y Uniprex TV.</p>	<p>Nuevos planes de igualdad registrados.</p>	<p>Apuesta por la incorporación de personas con discapacidad.</p>
<p>Formación en Diversidad, Equidad e Inclusión para toda la plantilla.</p>	<p>Formación dirigida al desarrollo personal y a las soft skills.</p>	<p>Avances en conciliación (incremento del teletrabajo y de las medidas de flexibilidad).</p>
<p>Celebración de varios procesos de elecciones sindicales.</p>	<p>Apoyo al empleo joven través del programa de prácticas y becas y la colaboración con Universidades.</p>	<p>Impulso del bienestar de la plantilla: Plan de Retribución Flexible y Gympass.</p>

8.3.1 Composición de la plantilla

La plantilla del Grupo Atresmedia a cierre de 2023 estaba compuesta por **2.562 personas**, habiéndose producido un crecimiento del 2% respecto al año anterior. Segregadas por sexo, las cifras de personal se sitúan en **1.365 mujeres** (53,3%) y **1.196 hombres** (46,7%). Por su parte, la edad media de la plantilla alcanza los 43 años y la antigüedad media los 12,9 años. Del total de empleados, un 2,1% (54 personas) tenían algún tipo de discapacidad. Se contó con una rotación voluntaria del 6,3% (frente al 6,4% de 2022) e involuntaria del 40,6% (frente al 18,1% del 2022)⁴⁰.

En relación con las altas que se han producido durante el ejercicio 2023 y que siguen en plantilla a fecha de cierre del ejercicio, Atresmedia ha contratado a 340 personas, de las cuales 189 fueron mujeres y 151 fueron hombres. Asimismo, el 43,6% de las altas se han incorporado con contrato indefinido.

⁴⁰ Las tasas de rotación incluyen todas las empresas del Grupo. Asimismo, el aumento significativo en la rotación involuntaria se debe a la caducidad de muchos contratos eventuales.

Número total de empleados y distribución por:

		2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Por sexo (a 31-12-2023)	Hombre	1.183	1.197	1,2%
	Mujer	1.325	1365	3%
	TOTAL	2.508	2.562	2,2%

		2022	2023			Variación anual 2022-2023 (%)
			Total	Hombres	Mujeres	
Por edad (a 31-12-2023)	20-29	355	386	128	258	8,73%
	30-45	1.068	1.050	483	567	-1,69%
	46-60	1.019	1.052	536	516	3,24%
	60-más	66	74	50	24	12,12%
	TOTAL	2.508	2.562	1.197	1.365	2,15%

		2022		2023			Variación anual 2022-2023 (%)	
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Por categoría profesional (a 31-12-2023)	Alta Dirección	10	2	12	10	2	0,0%	0,0%
	Directivos	151	82	240	154	86	2,0%	4,9%
	Técnicos	854	899	1.808	878	930	2,8%	3,4%
	Administrativos	20	112	142	19	123	-5,0%	9,8%
	Otras categorías	145	220	360	136	224	-6,2%	1,8%
	TOTAL	1.183	1.325	2.562	1.197	1.365	1,2%	3,0%

		2022		2023		Variación anual 2022-2023 (%)		
		Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Por tipo de contrato (a 31-12-2023)	Eventual	62	81	151	59	92	-4,8%	13,6%
	Indefinido	1.067	1.168	2.325	1.106	1.219	3,6%	4,5%
	Interinidad	25	34	67	26	41	4,0%	20,6%
	Obra	19	27	10	2	8	-89,5%	-70,4%
	Prácticas	10	15	9	4	5	-%	-66,7%
	TOTAL	1.183	1.325	2.562	1.197	1.365	1,2%	3,0%

Promedio anual de contratos por tipo de contrato y:

Género	Contrato indefinido		Contrato temporal		Tiempo parcial	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
2022	1.022,9	1.105,2	101,7	131,9	10,8	23,7
2023	1.089,6	1.178,7	77,7	111,7	12,9	20,9
Variación anual 2022-2023 (%)	6,5%	6,7%	-23,6%	-15,3%	19,7%	-11,7%

Edad	Contrato indefinido				Contrato temporal				Tiempo parcial			
	20-29	30-45	46-60	>60	20-29	30-45	46-60	>60	20-29	30-45	46-60	>60
2022	164,2	956,2	948,1	59,6	116,5	87,5	29,4	0,1	7,7	18,	10,8	0,0
2023	196,8	994,4	1.009,5	67,8	115,4	54,6	18,2	1,2	4,6	17	12	0,2
Variación anual 2022-2023 (%)	19,8%	4,0%	6,5%	13,7%	-1%	-37,6%	-38,3%	1130,8%	-40,1%	-5,1%	11,1%	N/A

Cat. Prof.	Contrato indefinido				Contrato temporal				Tiempo parcial			
	Directivos	Técnicos	Administ.	Otras cat.	Directivos	Técnicos	Administ.	Otras cat.	Directivos	Técnicos ⁴¹	Administ.	Otras cat.
2022	234,5	1.539,2	121,6	230,6	0	130,4	12,6	90,6	1	1,1	9	3,5
2023	247,9	1.648,5	129	243	0	87,9	11,2	90,4	1	19,2	10,4	3,2
Variación anual 2022-2023 (%)	5,7%	7,1%	6,1%	5,4%	N/A	-32,6%	-11,5%	-0,2%	0,0%	1.648,3%	15,4%	-7,7%

Nº de empleados por empresa del Grupo a cierre de 2023:

	Nº de empleados por empresa del Grupo															
	Atresmedia	Advertising	Noticias	Fundación	A3 Tech	Uniprex TV	Multimedia	Cine	6M	Smartclip	Uniprex SAU	Sonora	Diario Motor	H2H	Waynabox	Pazy
2022	440	335	282	6	79	92	168	4	379	77	564	30	20	30	N/A	2
2023	444	345	305	7	83	75	114	4	436	76	596	1	19	37	13	7

⁴¹ La variación en los contratos parciales de los técnicos a tiempo parcial se debe al número de altas y bajas

8.3.2 Empleo estable y entorno laboral gratificante

Durante el ejercicio correspondiente al año 2023, la **estabilidad en el empleo** y las **condiciones laborales óptimas** se han mantenido como **objetivos cruciales para la Compañía**, especialmente, en lo que respecta a la gestión de personas. Estos objetivos se mantienen como muestra del compromiso de Atresmedia con el bienestar de su plantilla y la apuesta del Grupo por un entorno de trabajo en el que las personas están en el centro.

Estabilidad en el empleo

Durante 2023 **la plantilla ha aumentado un 2%** con respecto al año 2022, habiéndose producido un total de 321 despidos, dos más que en 2022.

	Nº de despidos por sexo		
	Hombres	Mujeres	Total
2022	13	17	30
2023	17	15	32
Variación anual 2022-2023 (%)	30,8%	-11,8%	6,7%

	Nº de despidos por rangos de edad				
	20-29	30-45	45-60	+60	Total
2022	2	9	15	4	30
2023	3	13	13	3	32
Variación anual 2022-2023 (%)	50,0%	44,4%	-13,3%	-25,0%	6,7%

	Nº de despidos por categoría profesional				
	Directivos	Técnicos	Administrativos	Otros	Total
2022	7	19	1	3	30
2023	3	25	3	1	32
Variación anual 2022-2023 (%)	-57,1%	31,6%	200%	-66,7%	6,7%

Condiciones laborales

El Grupo Atresmedia ha mantenido las condiciones laborales pactadas con sus empleados, llegando incluso a mejorarlas en algunos aspectos. La siguiente tabla muestra los datos correspondientes a las **remuneraciones de 2023 y su comparativa con los años anteriores:**



Retribución media		2022	2023			Variación anual (%)
			TOTAL	Hombres	Mujeres	
Por categoría	Directivos	140.012	151.001	165.892	123.251	7,8%
	Técnicos	42.765	43.850	45.818	41.995	2,5%
	Administrativos	32.562	34.151	35.229	33.983	4,9%
	Otros	29.329	30.126	30.494	29.904	2,7%
Por edad	20-29 años	24.321	24.772	25.645	24.339	1,9%
	30-45 años	39.346	40.040	42.251	38.157	1,8%
	46-60 años	65.442	69.709	77.979	61.119	6,5%
	Más de 60 años	112.832	109.450	135.276	55.646	-3,0%
Por sexo	Hombres	57.308	60.360	N/A		5,3%
	Mujeres	43.000	44.533			3,6%

Retribución media Alta Dirección	2022	2023	Variación Anual (%)
Hombre	418.625	501.465	19,8%
Mujer	307.698	365.082	18,6%
Media	400.137	478.735	19,6%

Retribución media de los consejeros No Ejecutivos	2022	2023	Variación Anual (%)
Hombre	207.515	215.955	4,1%
Mujer	82.875	83.583	0,9%
Media	152.120	157.123	3,3%

Retribución media de los Consejeros Ejecutivos	2022	2023	Variación Anual (%)
Hombre	1.326.292	1.414.474	6,6%
Mujer	-	-	-
Media	1.326.292	1.414.474	6,6%

Brecha salarial ⁴²	2022	2023	Variación Anual (%)
Dirección ⁴³	25,8%	25,7%	-0,4%
Alta Dirección	26,5%	27,2%	2,6%
Mandos intermedios	3,6%	8,1%	125,5%
Directivos	21,8%	13,6%	-37,6%
Técnicos	7,5%	8,3%	11,3%
Administrativos	8,5%	3,5%	-58,4%
Otros	-1,7%	1,9%	211,8%
Total	24,9%	26,2%	5,3%

⁴² El cálculo de la brecha salarial se ha realizado entendiendo por remuneración el salario base más las cantidades adicionales pagadas a un trabajador, como por ejemplo la antigüedad, los pactos por realización de funciones específicas, horas extraordinarias, pluses por disponibilidad o dedicación, bonus/incentivos por objetivos, pluses por nocturnidad y festivos, etc. Es decir, todas las cantidades recogidas en el modelo 190 de la Agencia Tributaria.

⁴³ La Dirección incluye (la Alta Dirección, directivos y los mandos intermedios).

A fin de promover y asegurar el bienestar de la plantilla, Atresmedia pone a disposición de sus empleados determinados **beneficios sociales que añaden valor a sus salarios anuales** a través de servicios y prestaciones en especie.

Para todos los empleados:

- **Seguro** de vida.
- **Complemento** por **incapacidad** temporal.
- **Parking.**
- **Comedor.**
- **Formación.**
- **Plan de Retribución Flexible** 100% voluntario para empleados con contrato fijo (seguro de salud, cheque guardería y tarjeta transporte transporte).

Para Atresmedia Radio:

- Fondo social destinado a ayudas escolares y seguro dental.
- Plus de distancia motivado por cambio de centro de trabajo.

Cabe destacar que, en 2022, Atresmedia ha puesto en marcha un **nuevo Plan de Retribución Flexible** por el que todos los empleados fijos del Grupo pueden beneficiarse de condiciones de contratación ventajosas gracias a los servicios incluidos dicho plan (**seguro médico, cheque guardería y tarjeta de transporte**).

8.3.3 Desarrollo profesional de los empleados

Atresmedia es consciente de que la **formación de sus empleados es fundamental para impulsar el desarrollo de sus competencias y aptitudes, así como para adaptarse de forma eficaz y proactiva al nuevo entorno digital**. Para ello, se preocupa activamente por ajustar de manera ágil sus procesos, su organización y sus distintas formas de trabajar con el objetivo de lograr ser más competitivos en el entorno empresarial en el que desarrolla su actividad. Por todo ello, durante el 2023 el Grupo ha continuado **impulsando y fomentando un modelo de formación** que:

- Facilite el **cambio digital** ligado al negocio.
- Permita la formación en **competencias** para todos los perfiles.
- Posibilite el **desarrollo profesional** del empleado.

ATRESMEDIA HA INVERTIDO 388.830 EUROS EN FORMACIÓN DURANTE 2023, TRADUCIDOS EN 45.847 HORAS DE FORMACIÓN IMPARTIDAS A 1.883 EMPLEADOS, DISTRIBUIDAS EN 87 CURSOS Y 252 EVENTOS FORMATIVOS

Un año más, el Grupo ha continuado esforzándose por satisfacer las necesidades e inquietudes formativas de sus empleados. Prueba de ello, es que las horas de formación ofertadas durante 2023 han superado en más de un 40% a las de 2022, con más contenidos, formatos y tipologías de cursos.

Las acciones formativas del Grupo se desarrollan sobre los pilares de continuidad, calidad, innovación, transversalidad, utilidad e inversión, que en 2023



CONTINUIDAD	CALIDAD	INNOVACIÓN
Actualizaciones anuales del catálogo formativo.	9.3/10	Incorporación de novedosas tecnologías.
TRANSVERSALIDAD	UTILIDAD	INVERSIÓN
Alcance a todas las empresas y categorías.	Habilidades de aplicación diaria.	Un total de 388.830€ al año.

Asimismo, el Grupo ha continuado trabajando para reforzar el compromiso hacia un **modelo híbrido de formación**, ofreciendo un *pool* de contenidos en formato presencial y virtual *e-learning*. Este compromiso se fundamenta sobre **cuatro pilares esenciales**:

Ofrecer flexibilidad en el aprendizaje , desde cualquier lugar y en cualquier momento.	Apostar por una comunicación de mayor impacto, desarrollando nuevos formatos y dinamizando el seguimiento de las acciones formativas.	Ofrecer itinerarios guiados para facilitar el aprendizaje del empleado.	Contar con una oferta de calidad .
--	--	--	---

Del mismo modo, en relación con el desarrollo profesional de los empleados, se ha continuado con el enfoque adoptado en el ejercicio anterior y se ha **consolidado el proceso de transformación digital** en el que está inmerso el Grupo. Este proceso se está canalizando a través de un **Programa de Formación en Competencias Digitales**, que se inició en el año 2021, y que está dirigido a directores y trabajadores de la Compañía.

En este sentido y como parte de este proceso de transformación digital, Atresmedia considera que el **aprendizaje y la formación son valores estratégicos** para el Grupo que se **desarrollan** a través de:

- **Soft skills:** desarrollo de las aptitudes de los empleados en el nuevo mundo digital.
- **Entorno híbrido:** habilidad para gestionar equipos a distancia y multidisciplinares.
- **Re-skilling:** transformación de los perfiles en función de las necesidades de la Compañía.
- **Up-skilling:** mejora continua de los perfiles y competencias profesionales de cada persona.
- **Cambio y evolución:** cambio de *mindset* (digital, flexibilidad, creatividad, trabajo en equipo).
- **Mentes abiertas:** personal preparado para asumir y facilitar el cambio.

Desde su lanzamiento en 2021 y durante el ejercicio 2022, el Grupo ha desarrollado la **primera fase del Programa de Formación en Competencias Digitales**, a través de la cual se estableció como elemento esencial tener una base común de conocimiento sobre aquellos conceptos y términos más relevantes del entorno y negocio digital, con el objetivo de que cualquier perfil dentro del Grupo disponga de unas competencias digitales básicas.

Una vez concluida la primera fase del programa y con el fin de seguir consolidando su proceso de transformación digital, el Grupo ha desarrollado en 2023 y desarrollará a lo largo de 2024, la **segunda fase** del mismo "**Somos 3.0 El camino continúa**" cuyo objetivo es **formar y favorecer el desarrollo profesional del capital humano a través de un modelo flexible, transversal y especializado**. Este programa se ha visto impulsado a través de una serie de **acciones de formación**, bajo el eslogan "**Dónde y cuando quieras**", con **distintos ecosistemas de aprendizaje** que Atresmedia ha desarrollado para alcanzar los objetivos definidos en su hoja de ruta

En esta **segunda fase** del programa se ha definido una **hoja de ruta** que permite a la Compañía avanzar en este ámbito y que está centrada especialmente en:



Asimismo, los **objetivos que se han logrado** en esta segunda fase del programa "**Somos 3.0 El camino continúa**" han sido:

- El fortalecimiento y mayor sensibilización en materia de Diversidad, Igualdad e Inclusión a través del **Programa DEI**, así como el aumento en la concienciación sobre la ciberseguridad a través del **Programa Crypto** y el fortalecimiento de la cultura de sostenibilidad a través del **Programa Residuo Cero**.
- El impulso de la transformación digital en las áreas a través del **Programa de Digitalización** en Atresmedia Radio y el piloto en **Inteligencia Artificial** en A3 Noticias y laSexta, apostando por **una formación innovadora** tanto en el desarrollo de metodologías a aplicar como en los contenidos a abordar. Esta formación se imparte a través de cursos basados en la técnica **Game Based learning** que ayuda a los profesionales a desarrollar una serie de habilidades y dispone de itinerarios diseñados para los distintos colectivos de la organización
- El acceso a **Programas Máster** de alta calidad en **business upskilling** a través de la alianza con **The Power Business School** gracias al cual los trabajadores han tenido la posibilidad de elegir su propia formación, dentro de una oferta de 17 temáticas relevantes, obteniendo al final del programa una **certificación**.
- La mejora continua de los perfiles gracias a la **Mediateca Content Lab**, través de la cual se han ofrecido contenidos para formar, inspirar y reflexionar en formato *podcast*, vídeos, infografías e informes sobre economía digital y al nuevo **Programa de Inglés** basado en el "Modelo *Vaughan*".
- El refuerzo de las *soft skills* a través del **Programa de competencias en Comunicación**, desarrollado de la mano de expertos profesionales de Atresmedia Formación, a través del cual se ha impartido un curso muy práctico y con contenido intenso que ha permitido reforzar determinadas *soft skills* de los empleados relacionadas con este ámbito. El contenido de este programa ha incluido aspectos relativos a la comunicación como herramienta de gestión en cualquier ámbito, así como relativos a la comunicación frente a la cámara, en un debate y en radio, entre otros aspectos.
- El acompañamiento en el proceso de **Onboarding** a través de la Prevención de Riesgos Laborales y del Modelo de Cumplimiento.

Adicionalmente, y para dar respuesta a las **necesidades específicas de las áreas**, el Grupo Atresmedia proporciona a los empleados una **formación especializada**, facilitando la asistencia de estos a seminarios, masters o formaciones en las aulas de Atresmedia. Las formaciones impartidas han estado relacionadas con *Avid Media Composer*, *Avid Cloud UX*, Modelo de Cumplimiento Normativo, Protección de datos para programas informativos, Productividad digital o Soporte vital básico y desfibrilación semiautomática, entre otras. Gracias a estas formaciones se ha logrado desarrollar un trabajo muy colaborativo entre los expertos internos y los perfiles a formar.

Del mismo modo, y con el **objetivo de potenciar el desarrollo profesional de los directivos** se ha continuado con los programas máster acreditados con certificaciones **The Power Business School**, con el desarrollo de competencias de comunicación por parte de Atresmedia Formación y se ha mantenido la participación en el **Máster Universitario en la Gestión de Empresas de Comunicación de la Universidad de Navarra**.

Los principales indicadores relativos a la formación del Grupo Atresmedia son:



		2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Número de horas de formación promedio por clasificación profesional⁴⁴	Dirección	46	35	-23,9%
	Técnicos	27	24	-11,1%
	Administrativos	46	38	-17,4%
	Otros	18	15	-16,7%
Número de horas de formación totales por clasificación profesional	Dirección	10.437	6.968	-33,2%
	Técnicos	37.752	31.869	-15,6%
	Administrativos	2.632	2.364	-10,2%
	Otros	4.868	4.656	-4,4%

Cabe mencionar que la variación anual significativa observada en los datos de formación de la Dirección se explica porque, durante 2023, no se ha impartido el programa formativo específico para directivos.

8.3.4 Atracción y retención del talento

Atresmedia es consciente de la importancia que tiene construir un entorno de trabajo atractivo para retener y atraer a los profesionales que necesita. El Grupo entiende que contar con el mejor talento es uno de los aspectos clave para construir valor a futuro y garantizar la sostenibilidad de su negocio. Por ello, además de poner especial atención al bienestar de sus empleados, se ha esforzado en los últimos años por abrir sus puertas al talento joven, especialmente a los perfiles digitales.

Con el fin de conectar con este talento y ofrecerse como un espacio laboral de interés, Atresmedia impulsa anualmente diversos programas de prácticas para estudiantes de grado, máster y formación profesional que le han permitido establecer con ellos relaciones de mutuo beneficio, fomento de la empleabilidad, aproximación al mundo laboral, etc.

Fomento del empleo joven

En línea con la estrategia impulsada por el Grupo Atresmedia desde hace dos periodos, durante 2023 se ha continuado con la **búsqueda de talento joven**, prestando una especial atención a los **perfiles digitales**, perfiles que se consideran esenciales para la Compañía y que se posicionan como base para el desarrollo del negocio en el entorno digital.

ATRESMEDIA CONSIDERA FUNDAMENTAL SEGUIR INCORPORANDO A SU PLANTILLA AQUELLOS PERFILES QUE MEJOR SE ADAPTEN AL NUEVO ENTORNO EMPRESARIAL, POR ELLO IMPULSA LA BÚSQUEDA Y CONTRATACIÓN DE PERFILES DIVERSOS EN SU PROGRAMA DE PRÁCTICAS

En este sentido, durante el 2023 el Grupo ha participado en el **Speed Meeting** de **The Core**, donde pudo entrar en contacto con alumnos de máster de diversos perfiles. Posteriormente, tras una criba curricular, se entrevistó a aquellos perfiles que habían generado un mayor interés de una forma rápida y profesional.

⁴⁴ Se excluye a H2H, Diario Motor, SmartClip, Sonora y Pazy debido a que la formación de las mencionadas sociedades durante el ejercicio 2022 no es significativa en comparación con la totalidad del Grupo y, adicionalmente, están en proceso de adaptación a la herramienta interna META4. A pesar de que la oferta formativa ha sido superior en 2023, se produce un descenso en el número de horas de formación debido a que este dato refleja únicamente las asistencias a los cursos considerados completos (+75%). La variación anual en este sentido se debe a la amplia oferta formativa y a la carga de trabajo.



Asimismo, la Compañía ha formado parte de un **Focus Group** organizado por Barlovento Comunicación, para la elaboración de un estudio a nivel europeo enfocado en identificar necesidades de formación para el sector audiovisual y para la empleabilidad de los jóvenes.

Durante 2023, cabe destacar el trabajo realizado por Atresmedia tanto en el **Programa de Prácticas para alumnos de Formación Profesional como en el Programa de Prácticas de Verano**. En el marco de estos programas, los estudiantes reciben un *onboarding* que, además de darles la bienvenida a la Compañía, **los hace partícipes de un programa de formación creado especialmente para ellos durante sus primeras semanas de inmersión en el entorno laboral**. En ese sentido, durante 2023 se han ofrecido un total de 664 plazas⁴⁵ para becarios.

Talento inclusivo

Durante 2023 el Grupo Atresmedia ha **reafirmado su compromiso con la diversidad y la inclusión**. Los departamentos Recursos Humanos, Responsabilidad Corporativa y especialmente el equipo centrado en materia de discapacidad siguen trabajando activamente y de manera conjunta para ofrecer oportunidades laborales y prácticas empresariales a personas con distintos tipos de discapacidad en todas las empresas que componen Atresmedia. En este sentido, la Compañía **garantiza que los procesos de selección llevados a cabo sean inclusivos y aseguren que las personas contratadas cuentan con las adaptaciones necesarias para el buen desempeño de su actividad**. En esa línea, durante 2023 se han entrevistado a más de 30 candidatos, incorporando a 8 personas en la plantilla y a 3 personas más en los programas de prácticas del Grupo.

El presente año se ha retomado la colaboración con la Fundación Integra, ofreciendo 3 becas enfocadas a **dar una oportunidad a mujeres víctimas de violencia de género permitiendo que se reintegren en el mundo laboral**.

GRACIAS AL PROYECTO BECAS CAPAZ, MÁS DE 160 PERSONAS CON DISCAPACIDAD HAN PODIDO FORMARSE EN LOS CURSOS DE ATRESMEDIA FORMACIÓN

Además, como consecuencia del éxito de años anteriores, en 2023 Atresmedia ha seguido desarrollando su proyecto de becas formativas para personas con discapacidad: **Becas Capaz**. Este proyecto tiene como objetivo contribuir a la empleabilidad de las personas de este colectivo, **ofreciendo ayudas económicas para la realización de cursos en Atresmedia Formación**. Estos programas formativos garantizan la accesibilidad de los contenidos y formatos para cualquier persona que requiera de una adaptación específica.

Desde su lanzamiento en 2020, 160 personas se han beneficiado de este programa de becas, gracias a acuerdos firmados con Fundación Universia, Fundación Randstad, Fundación Integra y Fundación Capacis. En 2023 cabe destacar que:

18

Personas de **Fundación Randstad** han podido acceder a las Becas Capaz ofertadas por Atresmedia Formación en 2023.

30

Nuevas becas aprobadas en octubre para usuarios de **Fundación Universia** tras la renovación del acuerdo.

8

Participantes de **Fundación Capacis** han participado en la nueva edición del curso Técnicas de Comunicación, complementando la formación diaria que reciben en la Fundación con un programa comunicativo adaptado.

⁴⁵ Se considera dentro del total de plazas a Uniprex SAU.

Adicionalmente, Atresmedia ha mantenido su relación con las diferentes asociaciones que conforman el movimiento asociativo de la discapacidad con el fin de conocer la realidad de las diferentes entidades que lo componen. Entre estas entidades destacan las asociaciones Afanias y Achalay (Organizaciones enfocadas en la atención de personas con discapacidad intelectual), Grupo OSGA (Centro Especial de empleo para personas con discapacidad), AEDEM y COCEMFE (Organizaciones que trabajan con Personas con Esclerosis Múltiple).

8.3.5 Garantía de los Derechos Laborales

Como parte del compromiso con sus empleados, Atresmedia vela por el respeto a los derechos laborales de todos ellos. El Grupo cumple con las disposiciones recogidas en convenios fundamentales como el de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), respetando la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva de sus empleados, así como promoviendo el diálogo social con los representantes de los trabajadores con el fin de conseguir condiciones laborales que beneficien a todas las partes.

Además, como firmante y socio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Atresmedia promueve y se compromete con cumplir en su cultura empresarial con los siguientes principios:

- Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
- Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
- Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.
- Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.

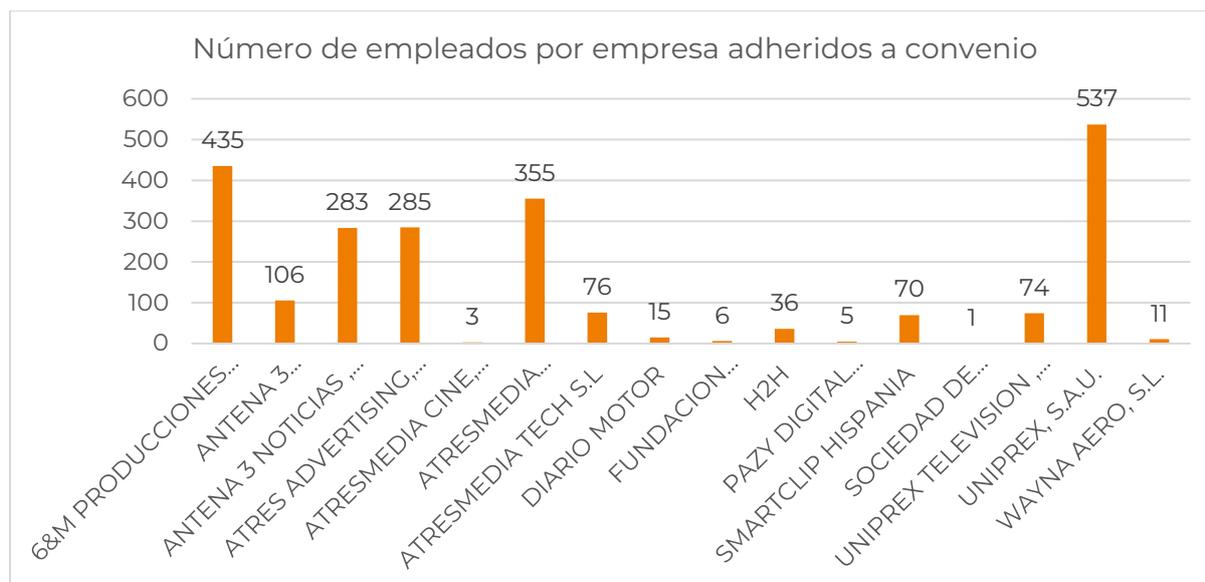
Atresmedia protege y apoya el **derecho de representación** de sus trabajadores y procura llegar a acuerdos colectivos con los representantes de las diferentes empresas que conforman el Grupo, atendiendo a las necesidades y peticiones de estos. A lo largo del año 2023, como resultado de las negociaciones, se han cerrado los convenios colectivos de las empresas Atresmedia Multimedia, Atresmedia Tech y Uniprex TV que se suman a los acuerdos cerrados en 2022 para Atresmedia Corporación y Antena 3 Noticias. Por su parte, el convenio colectivo de 6&M Producciones sobre el que también se ha trabajado en 2023, está pendiente de cerrarse tras las negociaciones con los correspondientes representantes de los trabajadores. En cuanto a los empleados del resto de empresas del Grupo, estos se encuentran cubiertos por los convenios sectoriales aplicables.

Respecto a los datos de adhesión a los convenios colectivos del Grupo, cabe destacar que 2.298 trabajadores estaban adheridos a un convenio colectivo (90%) en 2023. Esta cifra supone un notable aumento respecto a la de 2022 (86,9%), 2021 (88,18%), 2020 (88,9%), 2019 (88,1%), 2018 (87,3%), 2017 (87,0%) y 2016 (86,6%).

Personal adherido a convenio por empresa del Grupo⁴⁶

El número de personas adheridos a convenio difiere en función de la empresa del Grupo:

⁴⁶ De los 17 empleados en Canarias hay 14 empleados adheridos a convenio y 2 empleados no adheridos.



8.3.6 Fomento de la igualdad, la diversidad y la conciliación

Tradicionalmente, la **Política General de Responsabilidad Corporativa** y la **Política de Recursos Humanos** de Atresmedia han reflejado el compromiso del Grupo con la igualdad y la diversidad. La Política de Recursos Humanos recoge entre sus **objetivos el de “promover la igualdad, la diversidad y la conciliación”** garantizando la igualdad de trato independientemente de la raza, edad, sexo, orientación política, condición social o creencias religiosas. Con el fin de reforzar este compromiso, el Grupo ha trabajado durante 2023 en la elaboración de una **Política de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI)** que recoge explícitamente los compromisos del Grupo en la materia y que será aprobada a comienzos del año 2024.

Además, con el fin de promover estos valores se ha puesto a disposición de toda la plantilla una formación interactiva sobre Diversidad, Equidad e Inclusión en la que mediante la recreación virtual de experiencias en el entorno laboral se hablaba de temáticas como la discriminación o los estereotipos.

EN 2023 ATRESMEDIA HA TRABAJADO EN LA ELABORACIÓN DE SU PRIMERA POLÍTICA DE DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN (DEI) Y HA OFRECIDO A TODOS SUS EMPLEADOS UNA FORMACIÓN INTERACTIVA EN LA MATERIA

En el plano normativo, Atresmedia, a fin de cumplir con los requisitos del Real Decreto 901/2020, de 13 de octubre, por el que se regulan los planes de igualdad y su registro y se modifica el Real Decreto 713/2010, de 28 de mayo, sobre registro y depósito de convenios y acuerdos colectivos de trabajo, así como los requisitos del Real Decreto 902/2020, de igualdad retributiva entre mujeres y hombres, y de su propio compromiso de promoción de la igualdad, **aprobó en 2022 un nuevo Plan de Igualdad** para Atresmedia Corporación y conformó la correspondiente Comisión de Igualdad. Esta comisión tiene como objetivos velar por el cumplimiento del plan y poner en marcha medidas concretas para la promoción y fomento de la igualdad.

En cuanto a la conciliación algunas de las empresas del Grupo cuentan con medidas como:

- Flexibilidad horaria de 30 minutos.
- Jornada continuada los viernes.
- Jornada intensiva de 7h en verano durante los meses de julio y agosto.
- Ampliación del permiso de maternidad hasta 18 semanas.
- Adelanto de dos pagas extra.
- Teletrabajo.

- Permiso de lactancia en caso de acumulación de jornadas completas.
- Favorecer la diversidad de género en los puestos de Dirección y Alta Dirección, favoreciendo que, ante una posición vacante, al menos una de las candidaturas que se valore sea de una mujer.

En 2023 el Grupo Atresmedia ha registrado tres nuevos planes de igualdad para las empresas Atresmedia Multimedia, Uniprex S.A y Atresmedia Tech y ha continuado trabajando en las negociaciones para el resto de las empresas a las que aplica la normativa.

Los planes de Igualdad del Grupo recogen, además, la protección a la maternidad, al embarazo y a la lactancia en el centro de trabajo, velando por prevenir y evitar cualquier discriminación directa o indirecta a las mujeres que se encuentren en esta situación.

Atresmedia cuenta, además, con un **protocolo ante el acoso sexual y por razón de sexo** de fácil acceso a todos los empleados de la Compañía a través de la intranet.

En esta línea, en agosto de 2022 Atresmedia renovó su compromiso con la iniciativa del **Ministerio de Igualdad** (Delegación del Gobierno Contra la Violencia de Género) **“Red de Empresas por una Sociedad Libre de Violencia de Género”**, de la que Atresmedia forma parte desde 2015 y cuyo fin es la promoción de la sensibilización y conciencia social contra la violencia de género. En virtud de esta colaboración Atresmedia se compromete a:

- Colaborar en la difusión de campañas de sensibilización y prevención que el Ministerio de Igualdad ponga en marcha.
- Realizar actuaciones de concienciación social con motivo de la conmemoración de determinados días internacionales relacionados con la erradicación de diferentes formas de violencia contra las mujeres.
- Remitir a la Delegación del Gobierno contra la Violencia de Género la información relativa al seguimiento y ejecución de las actuaciones que lleva a cabo en el marco de este convenio.

Conciliación laboral

Conscientes de las necesidades y del deseo de **conciliación y flexibilidad** laboral, Atresmedia cuenta con medidas destinadas al equilibrio de la vida personal y profesional de sus empleados que se establecen en los convenios colectivos y planes de igualdad de cada una de las empresas del Grupo. Estas medidas incluyen, la flexibilidad horaria, la jornada intensiva según el calendario escolar, la posibilidad de teletrabajo o ampliaciones de permisos por fallecimiento o enfermedades familiares, entre otras.

Por otro lado, si bien la Compañía no cuenta con una política de desconexión digital propia, promueve la desconexión digital y fomenta el comportamiento responsable a través de medidas como la recomendación para el personal de oficina de evitar reuniones a partir de las 18:00 horas. Es necesario considerar, que parte de la plantilla de Atresmedia realiza trabajos por turnos.

En este sentido, durante 2023 Atresmedia ha puesto sus esfuerzos en cumplir con el **Real Decreto Ley 5/2023 sobre Conciliación de la vida familiar y profesional**. Con el fin de aumentar su cercanía con los empleados, el Grupo ha trabajado en adaptar sus medidas destinadas a la conciliación respecto a la adaptación de jornadas, los permisos retribuidos, los permisos parentales y los permisos de fuerza mayor, entre otros.

Fruto de su compromiso con adaptarse a las necesidades de sus empleados y responder a los retos del modelo de trabajo híbrido, Atresmedia ha trabajado en desarrollar una herramienta para digitalizar los procesos administrativos de la gestión de personas. Esta herramienta permite a los empleados autogestionar las solicitudes de permisos y centraliza la información relativa a recursos humanos en un mismo sitio (objetivos, *recruiting* y formación, entre otros).

Por último, cabe destacar que, en 2023, 84 personas (33 hombres y 51 mujeres) disfrutaron de su derecho a baja parental.

Gestión de la diversidad

La gestión de la diversidad es un aspecto fundamental para Atresmedia, por lo que el Grupo se involucra para promoverla y así crear un ambiente de trabajo inclusivo, en el que se valoren y respeten las diferencias de la plantilla. Con el fin de promover la diversidad, la Compañía lleva a cabo procesos de selección inclusivos y programas específicos para personas con discapacidad, a los cuales se suman otras iniciativas para impulsar la sensibilización en este ámbito (ver apartado [Talento Inclusivo](#)):

- Desde el año 2020, Atresmedia está adherida a la iniciativa **“Empresas por la Diversidad y la Inclusión de Fundación Randstad”**, cuyo objetivo es fomentar la sensibilización empresarial y social en materia de discapacidad, empleo e inclusión social. El Grupo Atresmedia participa como entidad impulsora para generar conocimiento y promover la sensibilización empresarial y social en materia de discapacidad.
- En 2023, Atresmedia (empresa firmante de la **Carta de la Diversidad**) ha reafirmado su compromiso con la inclusión y la diversidad en el lugar de trabajo mediante un acto institucional con la Fundación Diversidad, entidad impulsora de la Carta en España, comprometiéndose a velar por el cumplimiento de los 10 principios recogidos en ella.
- Atresmedia, gracias al acuerdo firmado con Fundación Integra, ha proporcionado a mujeres víctimas de violencia de género la posibilidad de retomar el contacto con el entorno laboral mediante la realización de prácticas profesionales en diferentes empresas del Grupo.
- Dentro del Programa de Voluntariado Corporativo de Atresmedia, los empleados tienen la oportunidad de participar junto a personas con discapacidad en diferentes actividades cuyo objetivo es sensibilizar sobre la realidad de estas personas. Estas actividades se han llevado a cabo con entidades como Fundación Antares, Fundación Capacis o Fundación Gil Gayarre (ver apartado [8.2.2.2 Voluntariado Corporativo](#)).
- En el día internacional de las personas con discapacidad, Atresmedia compartió con todos sus empleados una comunicación sobre el impacto de los diferentes proyectos que impulsa para promover la discapacidad.

EN 2023 ATRESMEDIA HA MANTENIDO SU ADHESIÓN A LA INICIATIVA EMPRESAS POR LA DIVERSIDAD Y LA INCLUSIÓN, HA REAFIRMADO SU COMPROMISO CON LA CARTA DE LA DIVERSIDAD Y HA DADO CONTINUIDAD A SU PROYECTO BECAS CAPAZ Y A SU PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Además, desde 2020, la página web de Atresmedia cuenta con una sección de discapacidad en la que se recogen todas las iniciativas puestas en marcha por el Grupo en la materia, incluyendo los Programas Formativos “Becas Capaz”, las acciones de sensibilización externas e internas y los compromisos adquiridos.

Por último, en relación con la accesibilidad de las instalaciones, Ilunion realizó en 2016 un informe que confirmaba la correcta adaptación de las instalaciones de Atresmedia según la normativa en la materia. Cabe mencionar también que Atresmedia dispone de diversas plazas reservadas para personas con movilidad reducida, y se asegura de que las personas contratadas cuentan con las adaptaciones necesarias para el buen desempeño de su actividad.

8.3.7 Comunicación interna

Para el Grupo Atresmedia es crucial que se fomente un diálogo y una comunicación bidireccional y de calidad con sus empleados. Este modelo de comunicación le ha permitido conocer las necesidades y el nivel de satisfacción de su plantilla, así como promover la transparencia y la



participación de sus empleados. Para ello, Atresmedia cuenta con diferentes canales de comunicación internos tales como la intranet corporativa, el manual de acogida a nuevos empleados, emails corporativos en los que se envía información de interés para la plantilla y la revista digital MASDIII. Respecto a esta última, cabe mencionar que en 2023 un total de 4.575 usuarios han accedido a la misma, viendo 156.225 páginas en conjunto.

Por otro lado, en 2023, cabe señalar que se ha seguido apostando por planes de comunicación con gran impacto visual con el objetivo de hacer más dinámica la comunicación, mediante la gamificación y formatos atractivos. Un ejemplo de ello son los Webinars Corporativos, sesiones exclusivas para los profesionales de Atresmedia que tienen como objetivo dar a conocer los últimos proyectos o casos de éxito dentro del Grupo.

Por último, y con el objetivo de mejorar la comunicación interna del Grupo, se ha puesto a disposición de los empleados la oportunidad de participar en cursos de Atresmedia Formación para desarrollar sus competencias comunicativas.

8.3.8 Entorno de trabajo seguro y saludable

El Grupo Atresmedia cuenta con una Política de Prevención de Riesgos Laborales, aprobada en febrero del año 2020, que sirve, a su vez de marco para su **Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales**.

En el año 2023 el Sistema de Gestión de Prevención en Riesgos Laborales no ha sufrido modificaciones, manteniéndose en vigor el manual y los procedimientos aprobados con anterioridad. Este Sistema fue certificado en el año 2021 bajo la norma ISO 45001:2018 y en el año 2023 se ha llevado a cabo una auditoría para su renovación con resultado favorable.

Por su parte, en diciembre de 2023 **el Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo Atresmedia ha sido actualizado dentro del marco de la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales** y se ha incorporado al mismo la empresa Sonora (Sociedad de Distribución Sonora de Entretenimiento S.L.).

En total seis de las empresas del Grupo⁴⁷ cuentan con un Comité propio de Seguridad y Salud que se reúne trimestralmente. **Cada Comité cuenta con delegados de prevención a los que se informa de cualquier novedad o actividad en materia de prevención de riesgos laborales.**

Respecto a las sociedades que no cuentan con delegados de prevención, en 2023 el Servicio de Prevención Mancomunado se ha reunido semestralmente con todas ellas, para mantenerlas informadas sobre cualquier asunto relevante relacionado con la salud y seguridad de sus empleados.

Tratamiento de asuntos relacionados con la salud y la seguridad

Los principales asuntos que se han tratado en las reuniones periódicas de los Comités de Seguridad y Salud en 2023 han tenido que ver con el seguimiento de los objetivos de prevención de riesgos laborales y la planificación de la actividad preventiva, la revisión de los datos de absentismo y siniestralidad o sobre las memorias anuales de actividad, además de información sobre cualquier otra actividad llevada a cabo por la Dirección de Prevención y Servicios Médicos durante el año, como por ejemplo la campaña anual de vigilancia de la salud, la campaña de salud específica de dermatología o la evaluación de los factores psicosociales realizadas durante el año. Además, en estas reuniones se han atendido los ruegos y preguntas planteados por los delegados de prevención.

A lo largo de las diferentes sociedades adheridas al **Servicio de Prevención Mancomunado del Grupo Atresmedia** se aplican los diferentes convenios colectivos donde hay temáticas de seguridad y salud teniendo en cuenta que tres de estas sociedades cuentan con convenios propios:

⁴⁷ Empresas del Grupo que cuentan con Comité de Salud y Seguridad: Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, Uniprex, Antena 3 Noticias, A3 Multimedia, Atresmedia Tech y Uniprex Televisión.



Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación	Convenio Colectivo Propio. Artículo 28: Prevención de Riesgos Laborales
	Hace referencia al Servicio Médico con presencia 24h/7días, y la entrega de ropa de trabajo.
UNIPREX	Convenio Colectivo Propio. Artículo 49: Prevención de Riesgos Laborales
	Hace mención especial a los puestos de trabajo en terminales de ordenador donde se tiene que facilitar el alternar estas tareas con otras de otro tipo o bien permitir descansos de 10 minutos cada 2 horas.
6&M Producciones y Contenidos Audiovisuales	Convenio Colectivo Propio. Título X: Prevención de Riesgos Laborales
	Hace referencia a la formación en PRL, vigilancia de la salud y competencias de los Delegados de Prevención y el Comité de Seguridad y Salud.
Atres Advertising, SmartClip Hispania, Human to Human y Diariomotor	Convenio Colectivo del sector de empresas de publicidad. Capítulo 9: Seguridad y salud en el trabajo.
	Hace referencia a la creación de una Comisión Paritaria Sectorial de Seguridad y Salud Laboral y protección de la maternidad.
Antena 3 Noticias, Antena 3 Multimedia, Uniprex TV, Atresmedia Cine y Sociedad de Distribución Digital Sonora de Entretenimiento	Convenio Colectivo del sector de la industria de producción audiovisual. Título IX: Seguridad y salud en el trabajo.
	Hace referencia a la creación de una Comisión estatal sectorial de Seguridad y Salud en el trabajo en el sector de Industria Audiovisual (Técnicos).
Atresmedia Tech	Convenio Colectivo estatal de empresas de consultoría y estudios de mercado y de la opinión pública. Artículo 39: Trabajos en pantallas. Prevención de Riesgos.
	Hace referencia a los puestos de trabajo de pantallas de visualización de datos y a la protección de los trabajadores sensibles y la maternidad en los supuestos que recoge la Ley de Prevención.
FUNDACIÓN ATRESMEDIA	Convenio Colectivo estatal del sector de la acción e intervención social. Capítulo X: Seguridad y salud laboral.
	Hace referencia a distintos puntos de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales tales como el Servicio de Prevención, vigilancia de la salud, protección de los trabajadores especialmente sensibles, formación e información y la participación del personal en Prevención de Riesgos Laborales.

Adicionalmente, como parte de su compromiso con la salud de sus trabajadores, Atresmedia cuenta en sus instalaciones con un Servicio Médico a disposición de los empleados, que en 2023 ha realizado un total de **1.926 intervenciones** que se reparten en **1.017 asistencias, 899 consultas y 10 urgencias**. El 78% de estas asistencias han sido para atender a personal del Grupo y el 22% restante a personal de contratas o visitas. Por su parte, el Servicio de Prevención Ajeno QUIRÓNPREVENCIÓN ha llevado a cabo la campaña anual de vigilancia de la salud en la que han participado **650 trabajadores**. Además, se ha realizado una campaña específica de Dermatología que ha contado con el equipo profesional del Dr. Pedro Jaén, la cual ha tenido una gran acogida entre los trabajadores de la Compañía.

Por último, en el año 2023 se ha llevado a cabo la actualización de la evaluación de riesgos de todos los puestos de trabajo y del centro de trabajo de Smartclip, del almacén de Atres Advertising, de las emisoras de Villajoyosa, Barcelona y Zaragoza, y de los centros emisores de Tarazona y Carballino. Además, se ha realizado la evaluación de los factores psicosociales en las empresas A3 Noticias y Atresmedia CMC.

Evolución de los indicadores de salud y seguridad

Durante el ejercicio 2023 únicamente ha habido 3 accidentes que han conllevado una baja laboral (2 hombres y 1 mujer), produciéndose un accidente menos respecto al año 2022. Las horas totales de



absentismo registradas durante 2023 han sido de 160.824 horas, reduciéndose un 4% respecto al año anterior (167.792 en el año 2022), el índice de absentismo laboral durante 2023 se ha situado en 3,6 por accidentes de trabajo (3,9 en el año 2022) y el índice de absentismo por enfermedad común se ha situado en 3,45 (3,8 en el año 2022). Del mismo modo, el índice de frecuencia de accidentes ha sido de 0,67 (0,90 en el año 2022) y el índice de gravedad de accidentes 0,06 (0,03 en el año 2022). Tanto en el año 2022 como en el año 2023 el número de enfermedades profesionales es 0.

	Número de accidentes con baja (no incluidos <i>in itinere</i>)			Índice de absentismo laboral			Horas de absentismo		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
2022	4	1	3	3,9	4,5	3,2	167.792	102.256	65.536
2023	3	1	2	3,6	4,0	3,0	160.824	96.664	64.160
Variación anual (%) 2022-2023	-25,0%	0,0%	-33,3%	-7,7%	-9,6%	-4,1%	-4,2%	-5,5%	-2,1%

	Índice de absentismo por enfermedad común			Índice de frecuencia de accidentes			Índice de gravedad de accidentes		
	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres	Total	Mujeres	Hombres
2022	3,7	4,4	3,0	0,9	0,4	1,5	0,03	0,01	0,06
2023	3,45	4,05	2,77	0,67	0,42	0,96	0,06	0,00	0,13
Variación anual (%) 2022-2023 ⁴⁸	-9,2%	-8,0%	-7,7%	-25,6%	-5,0%	-36,0%	100,0%	-100,0%	116,7%

Formación en materia de salud y seguridad

Durante 2023 el Servicio de Prevención Mancomunado **ha llevado a cabo la formación e información inicial obligatoria en materia de prevención de riesgos laborales a 560 trabajadores en formato e-learning y con una duración de 2 horas cada curso (1.120 horas de formación).**

Además, durante el año 2023 se han realizado seis cursos de formación de 30 horas de duración impartidos por el Servicio de Prevención Ajeno QUIRÓNPREVENCIÓN a los nuevos delegados de prevención que suman en total 180 horas de formación (dos delegados de prevención de A3 Multimedia, un delegado de prevención de Atresmedia Tech, un delegado de prevención de Atresmedia CMC y dos delegados de prevención de Uniprex TV).

Del mismo modo, ANEK ha impartido a un total de 20 trabajadores dos cursos de *Soporte vital básico y desfibrilación semiautomática* que han sumado 80 horas adicionales a la formación en prevención y alcanzando las **1.380 horas totales en la materia en 2023.**

9. El impacto de Atresmedia en el medioambiente

A pesar de que el Grupo Atresmedia tiene un impacto medioambiental reducido dada la naturaleza de su actividad, está comprometido con la protección del medioambiente y la lucha contra el Cambio Climático. Este compromiso, recogido inicialmente en la Política General de Responsabilidad Corporativa, se formalizó y reforzó en 2010 con la aprobación de la **primera Política de Medioambiente del Grupo**, la cual fue actualizada en 2019 con el objetivo de ampliar su alcance y

⁴⁸ En el año 2023 el índice de gravedad de accidentes en hombres aumenta respecto al año 2022 debido a que los dos accidentes registrados han provocado bajas de 4 meses de duración o más.

adaptarse a las nuevas exigencias del entorno. Atresmedia, mantiene un enfoque preventivo en su gestión ambiental y con los años ha ido desarrollando y perfeccionando una estrategia que pone el foco, principalmente, en la minimización de su impacto ambiental y la sensibilización y concienciación ambiental de la sociedad.

Las **líneas de actuación ambientales** de Atresmedia se categorizan en dos ámbitos; la **Gestión Ambiental** de su propia actividad, que recoge todas las actividades del Grupo en torno a la lucha contra el Cambio Climático, el uso responsable de los recursos naturales y la gestión responsable de sus residuos. Y, en segundo lugar, los esfuerzos que el Grupo realiza en materia de **Sensibilización** hacia la sociedad y con sus empleados.



Tal y como se ha constatado en el Análisis de Doble Materialidad realizado en 2023, la actividad desarrollada por Atresmedia no genera impactos relevantes en la biodiversidad, puesto que, además, esta no se desarrolla en espacios naturales ni precisa de una cantidad significativa de materias primas, por lo que el Grupo no necesita desarrollar acciones estratégicas para la minimización de su impacto en la biodiversidad.

9.1 Gestión Ambiental

Atresmedia ha trabajado en los últimos años en la definición de una estrategia ambiental que busca desarrollar las mejores prácticas para minimizar su impacto. Las cuestiones relacionadas con la gestión ambiental se integran en la toma de decisiones y en las actividades diarias de la Compañía, dentro de un marco de actuación que es supervisado por una estructura de gobernanza que involucra a diversas áreas de Atresmedia y a sus órganos de control. Gracias a este enfoque y al conocimiento de sus profesionales, Atresmedia es capaz de **afrontar los retos medioambientales desde una perspectiva transversal**.

La Comisión de Auditoría y Control es el órgano encargado **de supervisar el cumplimiento de la Política General de Responsabilidad Corporativa y de la Estrategia ESG de la Compañía**, además de todos los asuntos relacionados con el Cambio Climático.

Esta Comisión reporta periódicamente al Consejo de Administración de Atresmedia los avances y los resultados de la estrategia ESG. Por su parte, es el Consejo de Administración es el órgano responsable de aprobar la Política General de Responsabilidad Corporativa y la estrategia de sostenibilidad.

Un aspecto clave que demuestra el compromiso de la Compañía con la gestión sostenible de su actividad es que parte del Consejo de Administración tiene una retribución variable vinculada a cuatro indicadores ESG (tal y como se adelantaba en el apartado [7.1 Gobierno Corporativo](#)), uno de ellos directamente relacionado con el desempeño climático de Atresmedia. Concretamente **se vincula parte de la remuneración variable de los consejeros a la obtención de una puntuación B en el cuestionario Carbon Disclosure Project (CDP)**.

Las acciones desarrolladas por Atresmedia para mejorar su desempeño y reducir su impacto ambiental se han visto reflejadas en los últimos resultados del índice CDP, que ha otorgado una



puntuación de A- a la Compañía. Este resultado ha sido todo un reconocimiento a los esfuerzos del Grupo por definir una estrategia de descarbonización, mejorar la gestión de sus residuos, identificar los riesgos y oportunidades derivados del clima que podrían resultar críticos para su actividad, etc.

ATRESMEDIA HA OBTENIDO, POR PRIMERA VEZ, UNA CALIFICACIÓN A- EN CDP, SITUÁNDOSE POR ENCIMA DE LA MEDIA DE SU SECTOR Y DE SU PRINCIPAL COMPETIDOR QUE SE MANTIENEN EN LA B

Además, del reporte que hace en CDP, Atresmedia aporta información sobre su desempeño climático en diferentes índices de sostenibilidad, entre los que se incluye: Morgan Stanley Capital International (MSCI), el Informe de Progreso del Pacto Mundial o el Índice de Sostenibilidad de *Standard & Poor's*, entre otros (consultar apartado [7.8 Relación con los Inversores](#)).

A continuación, se detallan los objetivos en los que se ha enfocado la gestión Ambiental de Atresmedia en 2023:



Además, cabe destacar que la gestión ambiental de Atresmedia en los últimos años la ha llevado a ser reconocida como uno de los líderes Climáticos Europeos en el Ranking **Europe's Climate Leaders 2023**⁴⁹, elaborado por *Financial Times* y *Statista*, que distingue a las 500 empresas más involucradas con la acción climática en Europa.

ATRESMEDIA HA APARECIDO, POR PRIMERA VEZ, EN EL RANKING EUROPE'S CLIMATE LEADER ELABORADO POR FINANCIAL TIMES Y STATISTA, CON UNA PUNTUACIÓN DE 69.9 Y SITUÁNDOSE EN EL PUESTO 14 DE EMPRESAS ESPAÑOLAS

Este reconocimiento destaca principalmente la estrategia y la gobernanza climática de los participantes, concretamente los objetivos de reducción de emisiones, la transparencia en el *reporting* de emisiones de alcance 3 y la valoración que CDP otorga a la Compañía.

Dentro del marco de gobernanza ambiental de Atresmedia es importante mencionar el rol del **Comité de Responsabilidad Corporativa**, encargado de implementar la estrategia y las políticas de sostenibilidad del Grupo, incluyendo aquellas relacionadas con la gestión ambiental. Bajo este marco de gobernanza, se distinguen cuatro áreas en la gestión de los aspectos medioambientales internos con las siguientes responsabilidades:

⁴⁹ https://www.atresmediacorporacion.com/responsabilidad-corporativa/noticias/atresmedia-lideres-climaticos-europeos_202305086458d4d02a35640001f8eed6.html

Responsabilidad Corporativa	Infraestructuras	Servicios Generales	Compras	Financiero
<ol style="list-style-type: none"> Definir la estrategia en materia de medioambiente. Reportar el cumplimiento y desempeño medioambiental de la Compañía. Establecer colaboraciones en proyectos y campañas medioambientales y ODS. Calcular la huella de carbono de Atresmedia. 	<ol style="list-style-type: none"> Gestionar las inversiones relacionadas con medioambiente. Realizar estudios de optimización medioambiental. Controlar y gestionar la facturación de suministros (agua, gas, luz, etc.) Poner en marcha proyectos de eficiencia energética. 	<ol style="list-style-type: none"> Gestionar y optimizar los consumos de recursos y combustibles. Gestionar la retirada y tratamiento de residuos. 	<ol style="list-style-type: none"> Difundir los compromisos medioambientales del Grupo a los proveedores de bienes y servicios. Establecer un proceso de homologación de proveedores que incluye criterios ESG, entre ellos la minimización del impacto medioambiental. 	<ol style="list-style-type: none"> Trasmitir el desempeño climático de Atresmedia a los inversores. Identificar implicaciones financieras de los riesgos climáticos. Dar respuesta al Reglamento de Taxonomía de la UE.

Como en años anteriores, durante 2023, Atresmedia ha mantenido su participación en el **Cluster de Cambio Climático de Forética**; plataforma empresarial que busca impulsar la ambición de las empresas hacia las cero emisiones netas, acelerar la acción en materia climática, facilitar el *networking* entre las empresas participantes y potenciar las alianzas y el diálogo con administraciones públicas de referencia.

9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático: hacia el Cero Neto

A pesar de que sus operaciones no generan un gran impacto ambiental en términos de emisiones de carbono, Atresmedia es consciente de la necesidad de sumarse a la lucha contra el Cambio Climático. Con el objetivo de formalizar y llevar a la práctica este compromiso, el Grupo trabajó en 2022 en la definición de su estrategia Cero Neto y en la fijación de objetivos concretos de reducción de emisiones con el propósito de alcanzar el denominado **Cero Neto en 2050**. En 2023, la estrategia y los objetivos de descarbonización de la Compañía han sido validados y verificados por la prestigiosa iniciativa **SBTi (Science Based Targets)**.

Esta estrategia cohesiona y da robustez a las diferentes acciones desarrolladas por el Grupo a lo largo de los años, que ahora ven su repercusión en los objetivos de reducción marcados. Además, como parte de su lucha contra el Cambio Climático, y para dar respuesta a los requerimientos del Reglamento de Taxonomía de la UE, Atresmedia realizó en 2022 su primer análisis de riesgos climáticos físicos, identificando posibles vulnerabilidades del Grupo frente a las consecuencias del Cambio Climático.

Por último, en 2023 el Grupo ha comenzado a dar pasos para hacer sus producciones más sostenibles, trabajando de forma coordinada con los diferentes equipos de producción de la casa y el departamento de Responsabilidad Corporativa con el objetivo de entender cómo esta parte del negocio repercute en las emisiones de Atresmedia y cómo se pueden desarrollar medidas, tanto

internas como con los proveedores de contenidos, para reducir el impacto ambiental de las producciones de las que el Grupo forma parte.

Estrategia: Hacia el Cero Neto

Como se ha mencionado anteriormente, Atresmedia se ha comprometido, por medio de su **estrategia Cero Neto**, a la descarbonización profunda de sus operaciones y su cadena de valor. Este compromiso implica alcanzar las cero emisiones netas de carbono (CO₂ y otros gases contaminantes) en 2050. Para ello, se han fijado objetivos concretos de reducción (**Near-term** en 2030 y **Net-Zero** en 2050) que pretenden contribuir a que la temperatura del planeta no aumente más de 1.5°C y evitar un escenario climático de no retorno, en línea con lo establecido por el Acuerdo de París.

Para cumplir con los objetivos fijados Atresmedia deberá llegar al año 2050 con una reducción del 90% de sus emisiones de alcance 1+2 y de alcance 3, respecto a las emisiones contempladas en su 2019, su año base. Además, deberá compensar el 10% de las emisiones restantes mediante la inversión económica en proyectos de captura de carbono verificados.

ATRESMEDIA SE HA COMPROMETIDO PÚBLICAMENTE A REDUCIR UN 90% SUS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO DE ALCANCE 1+2 y 3 EN 2050, ALCANZANDO EL DENOMINADO CERO NETO

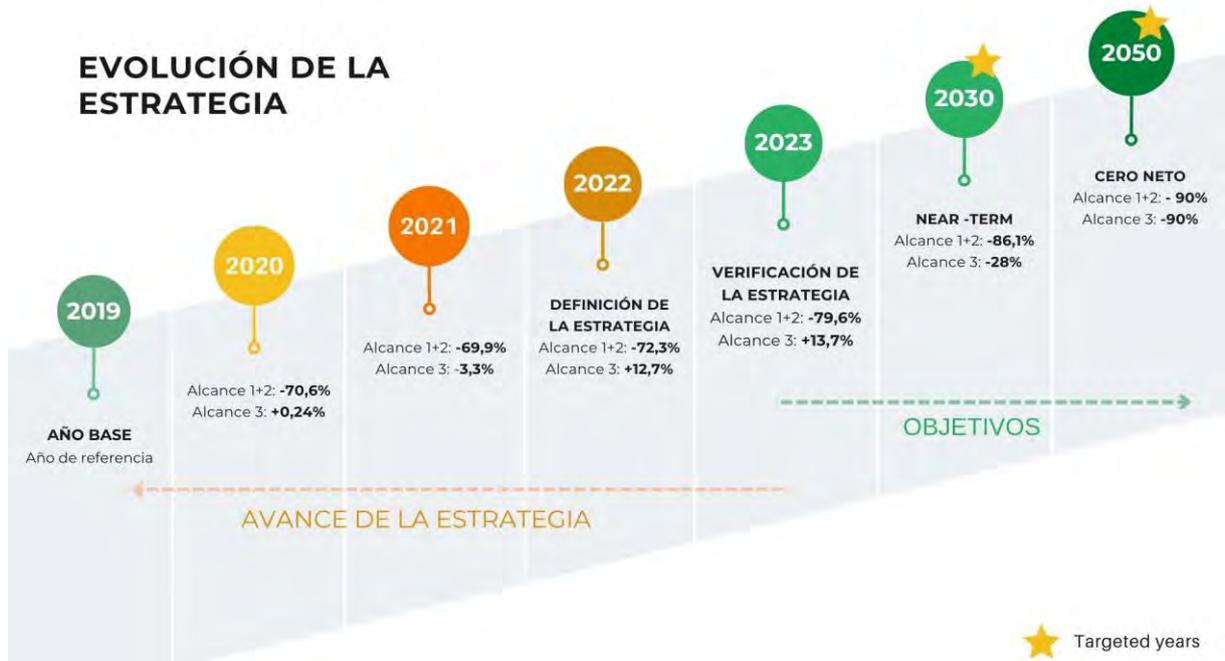
Respecto al corto plazo (*Near-Term*), Atresmedia se ha comprometido públicamente a llegar al año 2030 con una reducción del 86,1% de sus emisiones de alcance 1+2 y de un 28% de sus emisiones de alcance 3, respecto a 2019, poniendo el foco en la reducción de la categorías 1, relativa al uso de bienes y servicios, la 3 relativa al consumo de energía y la 15 relativa a las inversiones del Grupo. Como se ha mencionado anteriormente, en 2023, la estrategia Cero Neto de Atresmedia junto con sus objetivos de reducción han sido validados, verificados y publicados por la prestigiosa iniciativa SBTi, garantizando que son ambiciosos y basados en la ciencia.

En 2023, Atresmedia ha dado un nuevo paso en su gestión climática y ha verificado su huella de carbono de alcance 1 y 2 según la norma GHG Protocol, además de identificar posibles medidas para seguir reduciendo sus emisiones directas. Respecto a su alcance 3, ha identificado mejoras en el cálculo con el objetivo de poder reducir las emisiones de carbono asociadas a su cadena de valor.

A continuación, se muestra el estado de la evolución de la estrategia, respecto a 2019:

	Objetivo 2030	Objetivo 2050	Estado del objetivo 2023
Alcance 1+2	-86,10%	-90%	-79,6%
Alcance 3 ⁵⁰	-28%	-90%	+13,7%

⁵⁰ La estrategia Cero Neto contempla todas las emisiones de alcance 3 identificadas como relevantes a excepción de la categoría 11, que no forma parte de la estrategia por no depender de la organización.



Para lograr cumplir con los objetivos marcados, Atresmedia ha puesto en marcha diferentes medidas que supondrán, progresivamente, la disminución de las emisiones de carbono asociadas a sus operaciones y su cadena de valor. Entre ellas destaca la compra de energía de origen renovable, que desde 2020 ha tenido un impacto significativo en las emisiones de alcance 2 del Grupo. Además, en 2024 está prevista una nueva ampliación de esta medida, que actualmente está implementada en las Delegaciones de Atresmedia, la sede central de San Sebastián de los Reyes y algunos estudios y centros emisores de Onda Cero. Por otro lado, en 2023 se han llevado a cabo diferentes proyectos, tales como el cambio de equipos de climatización o la instalación de puntos de carga para vehículos eléctricos, que han supuesto una mejora en la eficiencia energética de la Compañía.

LA ESTRATEGIA CERO NETO DE ATRESMEDIA Y SUS OBJETIVOS DE DESCARBONIZACIÓN HA SIDO VALIDADOS Y VERIFICADA POR LA PRESTIGIOSA INICIATIVA SBTi

Atresmedia sigue trabajando para conseguir una transición energética que le permita reducir sus emisiones de carbono y cumplir con los objetivos de su estrategia Cero Neto. A continuación, se muestran las principales acciones puestas en marcha en 2023 que se espera que tengan una repercusión en las emisiones del Grupo:

Medidas puestas en marcha e identificadas para la reducción de emisiones en 2023

Además del diseño de su estrategia Cero Neto, Atresmedia ha seguido trabajando en 2023 en diferentes líneas de actuación, impulsando medidas que le permitan reducir la emisión de gases de efecto invernadero:

Medidas Alcance 1+2	Medidas Alcance 3
<p>Compra de energía renovable: se ha trabajado durante 2023 la viabilidad de ampliar la compra de energía renovable a las delegaciones de Onda Cero. Para ello, se ha realizado un estudio de los puntos que tendrían una mayor repercusión y una vez finalizados los contratos se procederá a cambiarlos por unos de energía renovable.</p>	<p>Producciones sostenibles: se ha comenzado a estudiar la posibilidad de hacer las producciones audiovisuales del Grupo más sostenible, comenzando con una primera reunión de trabajo con los diferentes equipos de producción de contenidos para estudiar la viabilidad del proyecto y se ha comenzado a tener conversaciones con productoras con las que Atresmedia colabora, para ver cómo se está trabajando este tema.</p>
<p>Vehículos híbridos: se ha seguido apostando por la ampliación de la flota de vehículos híbridos y eléctricos.</p>	
<p>Eficiencia energética: se han cambiado parte de los equipos de refrigeración por otros más eficientes</p>	<p>Teletrabajo: se ha aumentado los días de teletrabajo, disminuyendo los desplazamientos de los empleados y las emisiones de carbono asociadas a los mismos.</p>
<p>Energía fotovoltaica: se ha avanzado en el estudio para la instalación de paneles que usen energía fotovoltaica.</p>	<p>Puntos de carga para vehículos eléctricos: se han instalado puntos de carga eléctricos para empleados, con el objetivo de impulsar la movilidad sostenible, el uso de vehículos eléctricos y la reducción de las emisiones asociadas a los desplazamientos.</p>
	<p>Gestión de residuos: se ha mejorado el sistema de gestión de residuos de la Compañía.</p>

A continuación, se muestran los datos relativos a la huella de carbono de Atresmedia en 2023 y su comparativa con 2022:

Emisiones	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Emisiones de alcance 1 (t CO ₂ e) ⁵¹	2.433	1.667,62	-31,5%
Instalaciones fijas	1.467,49	1.364,15	-7,0%
Desplazamiento de vehículos	173,51	163,74	-5,6%
Emisiones Fugitivas ⁵²	792	139,73	-82,4%
Emisiones de alcance 2 (t CO ₂ e)	568	543,84	-4,3%
Emisiones de alcance 1 + 2	2.209	2.211	0,1%
Emisiones de alcance 3 ⁵³	168.025	168.636,95	3,6%
Intensidad de emisiones de alcance 1 ^{54,55}	0,97	0,65	-33,0%

⁵¹ Las emisiones de alcance 1 se derivan de los consumos de combustible de la sede central de San Sebastián de los Reyes, Smartclip, y estudios y delegaciones y centros emisores de Onda Cero.

⁵² La variación en las emisiones fugitivas se debe, principalmente, a que el cálculo ha pasado de ser estimado en 2022 a ser exhaustivo en 2023.

⁵³ Las emisiones de alcance 3 se derivan de las categorías 1,2,3,4,5,6,7, 8, 11 y 15. En 2023 se han recalculado las emisiones y la intensidad de las emisiones del alcance 3 para el año 2022.

⁵⁴ Las intensidades de las emisiones se calculan en función del número de empleados a cierre de ejercicio.

⁵⁵ La variación de la intensidad de emisiones se debe a la reducción de emisiones de alcance 1, así como al aumento del número de empleados.



Intensidad de emisiones de alcance 2	0,23	0,21	-8,7%
Intensidad de emisiones de alcance 3	66,9	65,82	1,4%
NOx⁵⁶	322,3	409	26,9%
SOx	91,4	89	-2,6%
CO	194,5	300	54,2%

Categoría protocolo GEI	Fuentes de emisión de alcance 3	Estado de evaluación	Emisiones 2022 (tCO₂e)⁵⁷	Emisiones 2023 (tCO₂e)	Variación anual (%)
1	Adquisición de bienes y servicios	Relevante, calculada	87.272,5	88.470,38	-1,4%
2	Bienes capitales ⁵⁸	Relevante, calculada	2.746,2	3.450,63	25,7%
3	Actividades relacionadas con la producción de energía	Relevante, calculada	408,98	338,82	-17,2%
4	Transporte y distribución de aguas arriba	Relevante, calculada	2.130,6	1.960,98	-8,0%
5	Residuos generados durante la operación ⁵⁹	Relevante, calculada	89,4	138,81	55,3%
6	Viajes de trabajo ⁶⁰	Relevante, calculada	1.719	2.368,51	37,8%
7	Desplazamientos casa-trabajo-casa de los empleados	Relevante, calculada	5.295	5.326,31	0,6%
8	Activos arrendados por la organización ⁶¹	Relevante, calculada	1.906,6	2.527,0	32,5%
11	Uso de productos vendidos por la organización	Relevante, calculada	21.673	20.354,51	-6,1%
15	Inversiones	Relevante, calculada	44.783,7	43.700,99	-2,4%
TOTAL			168.025	168.637	0,36%

Riesgos y oportunidades del Cambio Climático

La crisis climática, así como los riesgos que derivan de ella, suscitan una preocupación entre los diferentes sectores productivos, generando un especial interés por parte de los principales grupos de interés. En los últimos años, diferentes iniciativas como *Task Force on Climate-Related Financial Disclosures* (TCFD) o CDP han impulsado la transparencia de las compañías en relación con el *reporting* en materia de riesgos climáticos. Todo ello, y en línea con su compromiso por mejorar su

⁵⁶ Las variaciones de NOx, SOx y CO se deben a la escala de medición, ya que, pequeñas oscilaciones suponen porcentajes altos de variación en el resultado final. Entendiendo que se debe en gran parte al momento en que se realizó la medición más que a la actividad del Grupo.

⁵⁷ Se han ajustado los cálculos de las categorías 3,6 y 11, tras detectarse errores en la metodología.

⁵⁸ El aumento de las emisiones de la categoría 2 se debe al incremento del gasto en compras

⁵⁹ El aumento en la categoría 5 se debe, principalmente, a que se ha incluido en el cálculo de las emisiones procedentes de la merma de alimento tras la puesta en marcha del proyecto Oreka y al incremento de los residuos sólidos urbanos

⁶⁰ La variación de las emisiones de la categoría 6 se debe, principalmente, al incremento del número de desplazamientos.

⁶¹ La variación de la categoría 8 se debe al aumento de gasto en arrendamientos.

desempeño ambiental ha llevado a Atresmedia a realizar una identificación y gestión de sus riesgos climáticos físicos.

Los riesgos físicos climáticos derivan del aumento de la frecuencia de fenómenos meteorológicos cambiantes tales como inundaciones o sequías que pueden poner en peligro los activos de la empresa

Las compañías ven expuestos sus activos a diferentes factores de riesgo (variaciones de temperatura, cambios en los patrones del viento y en los tipos y patrones de las precipitaciones, estrés térmico, deshielo del permafrost, entre otros). Estos factores de riesgo son fenómenos climáticos que generan consecuencias en la actividad de las compañías y consecuentemente tienen múltiples efectos potenciales que se materializan en riesgos operacionales los cuales generan impactos en la compañía.

El Grupo Atresmedia realizó en 2022 un análisis de riesgos climáticos que **le permitió identificar diferentes factores de riesgos físicos a los que su actividad podía estar expuesta**, con el objetivo de identificar, a su vez, cómo estos factores pueden derivar en riesgos con consecuencias operacionales y financieros para la Compañía.

ATRESMEDIA HA INCLUIDO EN SU MAPA DE RIESGOS CORPORATIVOS LOS FACTORES DE RIESGO CLIMÁTICOS FÍSICOS A LOS QUE SU ACTIVIDAD PODRÍA ESTAR EXPUESTA

El alcance del presente ejercicio evaluó la exposición de Atresmedia en tres escenarios climáticos: **RCP2.6** (en el que los esfuerzos en mitigación conducen a un nivel de forzamiento muy bajo), **RCP4.5** (en el que los factores de riesgos asociados no suponen una exposición relevante para los activos de Atresmedia) y **RCP8.5** (con un nivel muy alto de emisiones de GEI). Además, contempló los horizontes temporales situados en el corto plazo (2030) y el largo plazo (2050).

La estimación cuantitativa de la criticidad de los riesgos climáticos se realizó en base a:

- La probabilidad de ocurrencia del riesgo, basada en la exposición de los activos a los diferentes factores de riesgos.
- El impacto, basado en las actuales medidas que tiene implementadas la Compañía y las potenciales consecuencias que podrían suponer la materialización de dichos riesgos.

Tras el análisis de todo el universo de factores de riesgos en todos sus activos, y en los diferentes marcos temporales y escenarios, se han traducido las implicaciones de los factores de riesgos físicos del Cambio Climático en riesgos operativos y financieros para la Compañía.

Los principales riesgos derivados de los impactos físicos del Cambio Climático identificados han sido:

- **Efectos negativos en las condiciones laborales por altas temperaturas:** las altas temperaturas, las olas de calor, así como el estrés térmico, podrían dificultar las condiciones laborales de los trabajadores de Atresmedia.
- **Incremento en el consumo energético:** el incremento en el número de días con altas temperaturas, así como la variabilidad de las mismas o las olas de calor podrían inducir a un consumo energético intensivo y un potencial aumento de costes.
- **Inestabilidad de la señal e interrupciones en la comunicación:** las variaciones en los patrones del viento y las tormentas que se alejan de los valores típicos actuales podrían generar condiciones de inestabilidad en la señal e interrupciones en la comunicación.



- **Deterioro en los activos:** las inundaciones, los incendios forestales, las precipitaciones fuertes o las tormentas podrían deteriorar algunos de los activos de Atresmedia e incrementar los costes de reparación y mantenimiento de los mismos.⁶²

Además del análisis de escenarios para la identificación de los riesgos físicos, los responsables de la Compañía en materia de riesgos y sostenibilidad, junto con otras áreas implicadas en la gestión medioambiental de la Compañía, realizaron talleres para la identificación de los riesgos de transición derivados del Cambio Climático. Los riesgos de transición identificados hasta la fecha por la Compañía son:

- **Regulación vigente:** la normativa vigente en materia de reducción de carbono y compensación, de la que depende en gran medida Atresmedia. La creciente regulación sobre el Cambio Climático podría propiciar mayores inversiones para adaptar las instalaciones de Atresmedia y formar a su personal, así como contratar expertos en Cambio Climático.
- **Regulación emergente:** el incumplimiento de acuerdos internacionales como el Acuerdo de París, la Ley Climática Europea y la legislación nacional sobre el Cambio Climático o sobre las nuevas exigencias medioambientales para las empresas que operan en España, podrían suponer un aumento de los requisitos de información, así como un incremento de las inversiones para adaptar las instalaciones de Atresmedia y para capacitar a su personal o incluso para la contratación de expertos en Cambio Climático.
- **Legal:** el incumplimiento de la normativa de Cambio Climático y ambiental, actual y futuro, es un riesgo identificado por Atresmedia debido a la posibilidad de multas, sanciones, suspensión de la licencia de explotación y daños a la reputación como consecuencia del incumplimiento.
- **Reputación:** la creciente expectativa por parte de inversores, clientes y accionistas de que las organizaciones actúen de manera positiva y eficaz para proteger el entorno y luchar activamente contra el Cambio Climático, utilizando sus servicios y productos, así como la implementación de estrategias de Cambio Climático que minimicen el impacto. Los efectos de no hacerlo pueden ser perjudiciales para la reputación corporativa y podrían evitar la atracción de nuevas inversiones, clientes y talento.



Para hacer frente a estos riesgos identificados, Atresmedia ya tiene implementadas diferentes medidas que permiten reducir el impacto de los mismos. En el caso de los **riesgos físicos**, Atresmedia cuenta, por ejemplo, con una serie de medidas de salud y seguridad que garantizan el bienestar de los empleados y el desarrollo de su actividad de una forma segura, así como con mecanismos de soporte para los equipos de transmisión, que reducen la vulnerabilidad del Grupo ante los riesgos climáticos identificados. Por otro lado, en relación a los **riesgos de transición**, la Compañía responde y se adelanta a las exigencias regulatorias lo que permite reducir los posibles impactos derivados del incumplimiento. En este sentido, cabe destacar que, una vez realizado el análisis de criticidad de los riesgos climático, no se identifica ninguno de ellos como material en el mapa de riesgos corporativos

⁶² No se han identificado costes de reparación y mantenimiento por el deterioro de activos por cuestiones relacionadas con el cambio climático, tanto en la Nota 2 Bases de presentación de las cuentas anuales y principios de Consolidación como en la Nota 17 Políticas de Gestión de Riesgos de las Cuentas Anuales Consolidadas correspondientes al ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2023, así como en el Informe de Gestión Consolidado 2023 apartado "Principales riesgos asociados a la actividad".

de la Compañía. No obstante, conscientes de los impactos del Cambio Climático en el mercado y en el desempeño de las compañías, Atresmedia analiza y monitoriza estos riesgos para mostrarse resiliente a ellos. Del mismo modo, el Análisis de Doble Materialidad ha identificado algunas oportunidades en materia de Cambio Climático asociadas con la implementación de la estrategia Cero Neto definida en 2022, el cumplimiento de la normativa ambiental y la capacidad de adaptación al disponer de un análisis de riesgos físicos.

La estrategia Cero Neto no solo impulsa la reducción de las emisiones en las operaciones propias y en la cadena de valor, sino que también ofrece beneficios tangibles para Atresmedia como la mejora **reputacional**, el **creciente interés de los inversores** y un **incremento en la cuota de mercado**. La anticipación a futuras regulaciones en materia de descarbonización supondría otra ventaja competitiva para la Compañía. Además, el cumplimiento de las regulaciones ambientales actuales lleva al Grupo a tener un **mayor conocimiento y control de sus propias operaciones**, implicando a su vez una reducción de costes y también una mejora reputacional en el mismo. Por último, el análisis de riesgos físicos desarrollado durante el 2023 **propicia que la Compañía se adelante a posibles situaciones adversas y tome las medidas de adaptación al Cambio Climático correspondientes**.

9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales

Para el Grupo Atresmedia es necesario llevar a cabo un uso responsable y racional de sus recursos con el objetivo de garantizar la sostenibilidad del entorno en el que desarrolla su actividad. Por ello, **se centra en optimizar y reducir al máximo sus consumos**.

El año 2023 ha estado marcado por un fuerte incremento de la inversión ambiental por parte de Atresmedia, **superando las cifras del periodo anterior en casi un 200% y que le ha permitido mejorar su eficiencia energética**, gracias a la inversión en proyectos como la instalación de puntos de carga para vehículos eléctricos en las instalaciones de San Sebastián de los Reyes o el cambio de equipos de climatización y transmisores en varias delegaciones y emisoras de Onda Cero.

Inversión Ambiental	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Inversión ambiental (€)	136.528,00 €	406.343,58 €	197,6%

Consumo de energía

EN 2023 ATRESMEDIA HA INSTALADO 39 PUNTOS DE RECARGA PARA VEHÍCULOS ELÉCTRICOS EN SU SEDE CENTRAL Y HA INICIADO UN PROCESO DE LICITACIÓN PARA EL USO DE ENERGÍA FOTOVOLTAICA

Para continuar mejorando la eficiencia energética de las instalaciones y asegurar un consumo responsable de energía, Atresmedia ha incorporado en su operativa diaria nuevas actuaciones, entre las que destacan:



Se ha mantenido la compra del **100% del suministro eléctrico con garantías de origen renovable en la sede central y delegaciones de Atresmedia.**



Se han instalado **39 puntos de recarga para vehículos eléctricos** en las oficinas de San Sebastián de los Reyes.



Se ha iniciado un **proceso de licitación para la implantación de uso de energía fotovoltaica** en las instalaciones de Atresmedia en San Sebastián de los Reyes. La ejecución de la obra se realizará en el 2024.



Se han iniciado dos **proyectos de inversión enfocados en la mejora de la eficiencia energética en el ámbito de la climatización.** Para ello, se ha mejorado el aislamiento de las instalaciones frigoríficas e instalado aislamientos en los cuerpos de las bombas de distribución.



Se ha implantado **aluminado automatizado** (por medio de detectores de presencia) en las reformas de los aseos que se han realizado durante el 2023. Además de la implantación de grifería automática (por medio de detectores de proximidad).



Se ha continuado el **mantenimiento preventivo** de todas las infraestructuras y el control de uso de calderas, con personal presencial 24 horas, optimizándolo y ajustándolo a las necesidades de la producción. Además de la instalación de filtros solares.

El consumo de energía del Grupo Atresmedia ha disminuido un 5% en 2023 debido principalmente a la reducción del consumo de gasóleo y electricidad en la sede central. El consumo de gas natural, por su parte, ha incrementado un 51% debido a la inclusión del consumo de Smartclip en el cálculo, no incluido en periodos anteriores.

Energía	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Consumo total energético (GJ)	126.362	119.593	-5,4%
Consumo de electricidad (kWh) ⁶³	29.011.785	28.814.160	-0,7%
Proporción de electricidad de origen renovable (%)	92,4	93,08	0,7%
Proporción de electricidad de origen renovable en la sede central (%)	100	100	0,0%
Proporción de electricidad de origen renovable en delegaciones de Atresmedia (%)	100	100	0,0%
Proporción de electricidad de origen renovable en otras instalaciones (%)	-	76	-
Consumo de energía fuera de la organización (GJ) ⁶⁴	386.214	499.156	29,2%

⁶³ El consumo de electricidad incluye a la sede central de San Sebastián de los Reyes, así como a las delegaciones de Atresmedia en diferentes ciudades, estudios y centros emisores de Onda Cero, Smartclip.

⁶⁴ El consumo energético fuera de la organización se calcula considerando únicamente la categoría 11 del alcance 3 (uso de productos vendidos por la organización).



Consumo de gasóleo de calefacción (L)	502.709	495.656	-1,4%
Consumo de gas (m ³)	5.095	7.696	51,1%
Consumo de gasolina para transporte (L) ⁶⁵	29.807	30.249	1,5%
Consumo de gasóleo para transporte (L)	42.243	37.977	-10,1%

Consumo de materiales

La actividad de Atresmedia se basa principalmente en la creación y la difusión de contenidos, por ende, esta no implica un gran consumo de materias primas. Los consumos principales, provienen del uso de papel y tóner en las oficinas de Atresmedia.

Respecto a la gestión del tóner, Atresmedia recicla la totalidad de los cartuchos. Para asegurarlo, los cartuchos vacíos deben ser entregados para su reciclaje en el momento de recoger las nuevas unidades. Por su parte, el papel es procesado y reciclado prácticamente en su totalidad.

En el ejercicio 2023 el consumo este material se ha mantenido estable, mientras que el consumo de tóner ha aumentado en un 59%. La variación en el consumo de tóner se debe principalmente a que en este ejercicio se ha incluido el consumo de tóner de estudios y delegaciones.

Materiales	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Consumo de tóner (kg) ⁶⁶	372	592,15	59,2%
Consumo de papel blanco (kg)	12.987	13.083	0,7%

Consumo de agua

El consumo de agua de Atresmedia no tiene un impacto relevante en el medioambiente y por ello no se considera un asunto material. El agua consumida en la Compañía proviene en su totalidad de la red pública de saneamiento y está destinada a usos domésticos, siendo en las oficinas centrales donde se produce un mayor consumo. En 2023, el consumo de agua se ha mantenido estable.

Agua⁶⁷	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Consumo de agua (m ³)	41.310	43.093,55	4,3%

9.1.3 Gestión responsable de los residuos

Uno de los hitos más relevantes de la gestión ambiental de Atresmedia en 2023, ha sido la consolidación de **Residuo Cero**: una estrategia integral de gestión de residuos focalizada en su reducción, su correcta separación, retirada y tratamiento y en la lucha contra el desperdicio alimentario.

Este proyecto reafirma, una vez más, el compromiso de Atresmedia con el medioambiente y con la minimización de su impacto ambiental. Durante 2023 se ha implementado este proyecto en las instalaciones de San Sebastián de los Reyes y se ha estudiado la viabilidad de extenderlo a los estudios de Onda Cero y a las delegaciones de Atresmedia 2024.

⁶⁵ Los consumos de combustible incluyen a la sede central de San Sebastián de los Reyes y los estudios de Onda Cero

⁶⁶ La variación en el consumo de tóner se debe a que Atresmedia ha incluido el consumo de emisoras y delegaciones que no se incluían en 2022.

⁶⁷ El consumo de agua hace referencia a las sociedades del Grupo ubicadas en la sede de San Sebastián de los Reyes y a las delegaciones de diferentes ciudades. Desde 2023, se considera a Smartclip en este consumo.

EL PROYECTO RESIDUO CERO SE CENTRA EN LA GESTIÓN INTEGRAL Y EFICIENTE DE LOS RESIDUOS, EN LA CORRECTA SELECCIÓN Y RECICLAJE DE ESTOS Y EN LA REDUCCIÓN DEL DESPERDICIO ALIMENTARIO

El proyecto se materializa a través de diferentes acciones que se desarrollan en torno al objetivo principal de Residuo Cero. En este sentido, y como parte fundamental del proyecto, en 2023 se instalaron en la sede central de San Sebastián de los Reyes **islas de reciclaje** con el objetivo de hacer una correcta separación de los residuos generados. Además, gracias al apoyo de gestores autorizados, estos residuos son tratados correctamente, priorizando el reciclaje y disminuyendo el volumen de residuos destinados a vertedero. Junto a esta acción principal, se han desarrollado acciones paralelas que han permitido impulsar el proyecto dentro de la Compañía:

- Se han eliminado los manteles de papel que se utilizaban en el comedor de San Sebastián de los Reyes. Esta medida ha supuesto un ahorro estimado de 500.000 litros de agua.
- Gracias a un acuerdo con la empresa Bumerang, se han sustituido los envases de un solo uso de la opción *takeaway* del comedor por envases retornables con un sistema innovador que garantiza la calidad e higiene de los productos.
- Los vasos de papel de la cafetería y de las máquinas de *vending* han sido sustituidos por opciones compostables, contribuyendo a la reducción del uso de envases ligeros.
- Se ha difundido a todos los empleados del Grupo una formación sobre el proyecto Residuo Cero y cómo hacer una correcta gestión de los residuos. Este curso ha sido realizado por más de 950 empleados.
- Con el objetivo de continuar sensibilizando a los empleados en la materia, se ha creado una sección de Residuo Cero en la revista interna MASDIII, donde cada mes los empleados puede leer consejos sobre hábitos sostenibles.
- Como en años anteriores, se ha organizado un mercadillo solidario en el que los empleados de Atresmedia han podido adquirir prendas de segunda mano procedentes de los programas del Grupo. En 2023 se han vendido un total de 3.130 prendas, cuya recaudación ha sido donada a la Fundación Atresmedia.

Atresmedia, en un ejercicio de transparencia, reporta desde 2022 los residuos categorizados según su destino y peligrosidad. Como novedad, en 2023 se han comenzado a separar y contabilizar dos nuevas categorías de residuos: el vidrio y el metal.

Residuos destinados a la eliminación (t)	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Residuos no peligrosos	44,5	106	138,2%
Residuos peligrosos	2,7	19,89	636,7%

El aumento en la cantidad de los residuos destinados a eliminación se debe, principalmente, a la implementación del proyecto Residuo Cero.

Residuos no destinados a la eliminación (t)	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Residuos no peligrosos	197,7	219,9	11,2%
Residuos peligrosos ⁶⁸	0	0	0

⁶⁸ Todos los residuos peligrosos generados por el Grupo Atresmedia son destinados a la eliminación.

Gestión de residuos peligrosos

Atresmedia ha asumido el compromiso de gestionar correctamente los residuos peligrosos que llegan al final de su vida útil, entre los que se incluyen los absorbentes y materiales de filtración; aceites de motor, las pilas y baterías o los cartuchos de tóner. Prueba de ello es que, en los últimos dos años, todos los residuos peligrosos generados por Atresmedia han sido eliminados correctamente. Para gestionar correctamente los residuos peligrosos, el Grupo cuenta con un servicio de gestores privados autorizados.

Ejemplo del compromiso transversal que Atresmedia ha asumido con la sostenibilidad, es su colaboración con la Fundación APADUAM. Dicha fundación, trabaja por la inclusión sociolaboral de personas con discapacidad y se encarga de la gestión y reciclaje de los cartuchos de tóner Atresmedia. Con este acuerdo se produce un doble impacto positivo: social y ambiental, al minimizarse el impacto de los residuos provenientes de los cartuchos a la vez que se genera empleo de calidad para personas con discapacidad.

EL TRABAJO CON FUNDACIÓN APADUAM IMPLICA UN DOBLE IMPACTO, POR UN LADO, LA BUENA GESTIÓN DE LOS RESIDUOS PRODUCIDOS Y, POR OTRO LADO, LA INCLUSIÓN SOCIAL DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Durante 2023, los residuos peligrosos han incrementado en un 19% en el caso de los televisores, un 42% en el caso de baterías y pilas y un 50% en el caso del tóner. Asimismo, se ha producido un aumento de un 1.382% en el caso de baterías de UPS y grupos electrógenos, que ha supuesto la intervención en varias de ellas. Como se ha hecho con el resto de los residuos peligrosos se han retirado y tratado por gestores autorizados.

Residuos peligrosos gestionados ⁶⁹	2022	2023	Variación anual 2022-2023 (%)
Televisores (uds.)	53	63	18,9%
Baterías de UPS y grupos electrógenos (t) ⁷⁰	1,2	17,78	1.381,7%
Tóner (t) ⁷¹	0,4	0,8	100,0%
Baterías y pilas (t)	1,2	1,7	41,7%

Gestión de residuos no peligrosos

En el marco del proyecto Residuo Cero, Atresmedia gestiona sus residuos no peligrosos priorizando su reducción y reciclaje, por lo que se ha comenzado a hacer la recogida diferenciada de los mismos en las instalaciones del Grupo.

EL PROYECTO RESIDUO CERO BUSCA MEJORAR EL TRATAMIENTO DE LOS RESIDUOS, APOSTANDO POR LA REUTILIZACIÓN, EL RECICLAJE, EL COMPOSTAJE O LA VALORIZACIÓN ENERGÉTICA, EVITANDO EL DEPÓSITO DE ESTOS EN VERTEDEROS

Como se ha mencionado anteriormente, en 2023 se han sustituido las papeleras individuales por islas de reciclaje en las instalaciones de San Sebastián de los Reyes, lo que ha implicado **la retirada de más de 1500 papeleras** que han sido reemplazadas por 98 contenedores para envases ligeros (amarillos),

⁶⁹ En el caso de residuos peligrosos gestionados y específicamente en el caso de los fluorescentes no se han gestionado residuos para los años 2022 y 2023, por ende, no se incluyen en la tabla.

⁷⁰ El llamativo aumento en la cantidad de residuos de baterías de UPS y grupos electrónicos se debe al cambio de calendario de baterías de determinados estudios, a modo preventivo.

⁷¹ El número de tóner se duplicó en 2023 dado que se incluyen los cartuchos de tóner de Onda Cero, no reportados en 2022.



90 contenedores para papel y para cartón (azules) y 93 contenedores para otros residuos (grises), **completando así más de 90 islas de reciclaje.**

Para la gestión de los residuos depositados ahora en las islas, Atresmedia tiene un acuerdo en colaboración con Ecoembes, quien apoya a la Compañía en la disgregación y contenerización interna y selectiva de los residuos de envases de plástico, latas, briks, papel y cartón y restos en las instalaciones de Atresmedia. A su vez, la Compañía trata los residuos de papel y cartón a través de un compactador con el fin de facilitar el reciclaje de este tipo de residuos, los cuales son retirados y gestionados por un gestor autorizado.

Adicionalmente, Atresmedia está valorado la posibilidad de realizar una caracterización de residuos profunda durante 2024, con el objetivo de llevar un seguimiento de la correcta separación y depositados en las islas de reciclaje y de conocer el éxito y la eficacia del proyecto Residuo Cero.

Como en el caso de los residuos peligrosos, consciente de la necesidad de adoptar prácticas que garanticen una correcta gestión de los residuos, el Grupo ha continuado haciendo un seguimiento continuo de los mismos:

Residuos no peligrosos gestionados	2022	2023 ⁷²	Variación anual 2022-2023 (%)
Papel y cartón (t)	25	45,85	83,4%
Escombros de obras (m3) ⁷³	200	91,78	-54,1%
Residuos sólidos urbanos (t)	191	183,74	-3,8%
Madera (t) ⁷⁴	5,66	20,62	264,3%
Vidrio (t)	-	3,88	N/A
Metales (t)	-	5,68	N/A

Gestión del desperdicio alimentario

Como parte de su proyecto Residuo Cero, Atresmedia se ha sumado a la **lucha contra el desperdicio alimentario**. A pesar de no tener un gran impacto en esta materia, se han detectado algunas oportunidades de mejora relacionadas con la gestión del excedente alimentario procedente de la cocina y comedor de sus instalaciones de San Sebastián de los Reyes.

Gracias al acuerdo firmado en 2022 con Oreka, el Grupo puede medir y gestionar correctamente la merma de alimento que se produce en sus instalaciones. Como parte de este acuerdo, Atresmedia dona a diario el excedente alimentario que sigue siendo apto para el consumo al **Cottolengo del padre Alegre**. En 2023, gracias al apoyo de Oreka, que se encarga de que las donaciones lleguen en perfecto estado para su consumo, el Grupo ha donado 11.078 raciones de comida. Por otro lado, con el objetivo de conocer la cantidad de merma de alimento que se genera y poder poner en marcha medidas para su reducción, Atresmedia hace un seguimiento mensual de la misma. En 2023, en el comedor de San Sebastián de los Reyes se ha generado un total de 24,66 toneladas de merma. Atresmedia se encuentra, en esta segunda fase del proyecto, valorando la posibilidad de destinar esta merma a compostaje, ya sea para transformar el producto en compost, biocombustible o haciendo la correspondiente valorización energética.

**EN 2023 ATRESMEDIA HA DONADO MÁS DE 11.078 RACIONES DE ALIMENTO
AL COTTOLENGO DEL PADRE ALEGRE, EVITANDO EL DESPERDICIO DE
ALIMENTO APTO PARA EL CONSUMO**

⁷² Como novedad 2023 se desglosan los residuos segregados de madera, vidrio y metal.

⁷³ La reducción en la generación de residuos de escombros de obras se debe a la reducción en esta actividad en 2023.

⁷⁴ Variación derivada del cambio de decorados y limpieza de almacén.

Gracias al proyecto Oreka, Atresmedia vuelve a generar, mediante la donación del excedente alimentario un impacto positivo en la sociedad.

9.2 Sensibilización ambiental

El Grupo Atresmedia, gracias a su rol como medio de comunicación tiene la capacidad de actuar como altavoz social frente a las cuestiones climáticas contribuyendo, a través de la emisión de diferentes contenidos y campañas, a la sensibilización ambiental de su audiencia; promoviendo el conocimiento sobre cuestiones como la crisis climática o la contaminación y fomentando la adopción de hábitos sostenibles. Ejemplo de ello, es el acuerdo de colaboración que el Grupo firmó con Endesa en 2023 para la concienciación social en materia de eficiencia energética. La Compañía **ha desarrollado una estrategia 360° para comunicar esta campaña, utilizando sus diferentes medios y soportes como altavoces**: televisión, radio y digital. A través de estos, se han emitido contenidos relevantes e interesantes en formatos especializados e innovadores en los que se visibiliza el ahorro energético que supone adoptar medidas sencillas como bajar la luminosidad de un plató de televisión.

ANTENA 3 NOTICIAS HA CREADO EN 2023 LA SECCIÓN CLIMA, SOCIEDAD Y CULTURA CON EL OBJETIVO DE REFORZAR SU COMPROMISO INFORMATIVO CON EL FUTURO DEL PLANETA Y DE LA SOCIEDAD

Por su parte, Antena 3 Noticias ha creado **la sección Clima, Sociedad y Cultura** con el objetivo de reforzar su compromiso informativo con el futuro del planeta y de la sociedad. Los Informativos de Antena 3 vuelven a mostrar así su ADN vanguardista colocándose a la cabeza de este tipo de información en la televisión española y situándose a la misma altura que las grandes cadenas televisivas internacionales.

Además, como tradicionalmente se venía haciendo, Atresmedia a través de sus canales de televisión, radio y digital, **ha difundido diversos contenidos informativos y de entretenimiento que, de una forma natural, contribuyen a la sensibilización ambiental de la audiencia**. En 2023, entre estos contenidos cabe destacar:

- La sección especial de las activistas de *Climabar* en el Intermedio, en la que explican los fenómenos climáticos con lenguaje sencillo y divertido.
- La cobertura del evento Metafuturo y realización de una jornada de sostenibilidad y energía. Esta jornada contó con un espacio de conversación con Teresa Ribera, Vicepresidenta Tercera del Gobierno y Ministra para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico sobre Sostenibilidad y Energía.
- La emisión del especial *Doñana se seca* o del reportaje *Y tú también* en laSexta, sobre los efectos de la sequía en Doñana.
- La emisión de espacios de reflexión y análisis sobre el Cambio Climático dirigidas por El Gran Wyoming en El Intermedio
- La realización de *test* de reciclaje en directo en programas como *Zapeando* o *Espejo Público*.
- La emisión del Informativo *Hazte Eco*, enfocado en dar a conocer los valores de la defensa y la protección del medioambiente con todos sus capítulos disponibles en atresplayer.

Además, con el objetivo de dar respuesta al Reglamento de Taxonomía de la Unión Europea. Atresmedia ha identificado que en 2023 ha emitido un total de 413 horas, aproximadamente, de contenidos relacionados con el clima en sus diferentes programas y plataformas (ver apartado [7.9 Taxonomía de la Unión Europea](#)).

Adicionalmente, durante 2023 Atresmedia ha seguido cumpliendo con los principios del Decálogo de recomendaciones para la comunicación del Cambio Climático en el actual contexto de transición ecológica lanzado por la Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES) en colaboración con el Grupo de Investigación de Mediación Dialéctica de la Comunicación Social (MDCS) de la Universidad Complutense de Madrid.

DECÁLOGO DE RECOMENDACIONES PARA LA COMUNICACIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO EN EL ACTUAL CONTEXTO DE TRANSICIÓN ECOLÓGICA

- Promover la frecuencia, continuidad y transversalidad del Cambio Climático en la información, divulgación y entretenimiento.
- Comunicar las causas, los impactos y especialmente las soluciones para favorecer una transición ecológica con perspectiva de futuro.
- Propiciar un enfoque del problema desde el punto de vista de la transición ecológica justa e integradora que evite las desigualdades.
- Conectar el Cambio Climático con realidades cercanas en el espacio y en el tiempo enmarcadas en los estilos de vida para demostrar que este fenómeno no es futuro sino presente.
- Difundir las iniciativas emprendidas o lideradas por la ciudadanía.
- Defender un periodismo crítico e independiente.
- Comunicar y divulgar la investigación científica en torno al Cambio Climático.
- Divulgar la investigación científica generada en universidades y centros de investigación.
- Conectar el Cambio Climático con los fenómenos meteorológicos extremos (FME).
- Mejorar el tratamiento comunicacional del Cambio Climático.
- Innovar en la comunicación del Cambio Climático.
- Fomentar la educomunicación del Cambio Climático.

10. Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad

ÁMBITOS	Contenidos	Alcance / Perímetro	Estándares GRI relacionados	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.	Grupo Atresmedia	2-1, 2-2, 2-6, 2-9 y 2-22	7.3 Modelo de negocio y estrategia	Pág. 30-56
Políticas	Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones, que incluirá: 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.	Grupo Atresmedia	2-23 y 2-24	Desarrollado a lo largo del EINF	Desarrollado a lo largo del EINF
Resultados de las políticas KPIs	Los resultados de esas políticas, debiendo incluir 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.	Grupo Atresmedia	2-23 y 2-24	Desarrollado a lo largo del EINF	Desarrollado a lo largo del EINF
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. * Debe incluirse información sobre los impactos que se hayan detectado, ofreciendo un desglose de los mismos, en particular sobre los principales riesgos a corto, medio y largo plazo.	Grupo Atresmedia	3-3	7.4 Prevención, control e identificación de riesgos 9.1.1 Luchas contra el Cambio Climático >> Riesgos y oportunidades	Pág. 56 – 66 Pág. 148 - 155



<p>KPI</p>	<p>Indicadores clave de resultados no financieros que sean pertinentes respecto a la actividad empresarial concreta, y que cumplan con los criterios de comparabilidad, materialidad, relevancia y fiabilidad.</p> <p>* Con el objetivo de facilitar la comparación de la información, tanto en el tiempo como entre entidades, se utilizarán especialmente estándares de indicadores clave no financieros que puedan ser generalmente aplicados y que cumplan con las directrices de la Comisión Europea en esta materia y los estándares de Global Reporting Initiative, debiendo mencionar en el informe el marco nacional, europeo o internacional utilizado para cada materia.</p> <p>* Los indicadores clave de resultados no financieros deben aplicarse a cada uno de los apartados del estado de información no financiera.</p> <p>* Estos indicadores deben ser útiles, teniendo en cuenta las circunstancias específicas y coherentes con los parámetros utilizados en sus procedimientos internos de gestión y evaluación de riesgos.</p> <p>* En cualquier caso, la información presentada debe ser precisa, comparable y verificable.</p>	<p>Grupo Atresmedia</p>	<p>Estándares GRI generales o específicos de las dimensiones Económica, Ambiental y Social que se reportan en los siguientes bloques</p>	<p>Desarrollado a lo largo del EINF</p>	<p>Desarrollado a lo largo del EINF</p>
<p>Cuestiones medioambientales</p>	<p>Global Medio Ambiente</p>				
	<p>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)</p>	<p>Grupo Atresmedia</p>	<p>3-3; 2-23</p>	<p>9. El impacto de Atresmedia en el medioambiente</p>	<p>Pág. 145-162</p>
	<p>Contaminación</p>				
	<p>Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente</p>	<p>Grupo Atresmedia (véase cada una de las categorías)</p>	<p>3-3</p>	<p>9. El impacto de Atresmedia en el medioambiente</p>	<p>Pág. 145-162</p>
	<p>Medidas para prevenir, reducir o reparar otras formas de contaminación atmosférica específica de una actividad, incluido el ruido y la contaminación lumínica.</p>	<p>Grupo Atresmedia</p>	<p>No material</p>	<p>No material</p>	<p>No material</p>
	<p>Economía circular y prevención y gestión de residuos</p>				
	<p>Economía circular</p>	<p>Sociedades ubicadas en la sede central</p>	<p>No material</p>	<p>No material</p>	<p>No material</p>
<p>Residuos: Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos;</p>	<p>Sociedades ubicadas en la sede central</p>	<p>3-3, 306-2</p>	<p>9.1.3. Gestión responsable de los residuos y contribución a la economía circular</p>	<p>Pág. 157-161</p>	



	Acciones para combatir el desperdicio de alimentos.	Sociedades ubicadas en la sede central	No material	9.1.3. Gestión responsable de los residuos y contribución a la economía circular.	Pág. 160-161
	Uso sostenible de los recursos				
	El consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales;	Sociedades ubicadas en la sede central y delegaciones	3-3 y 303-5	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	Pág. 157
	Consumo de materias primas y las medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso;	Sociedades ubicadas en la sede central	3-3 y 301-1	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	Pág. 157
	Consumo, directo e indirecto, de energía, medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética y el uso de energías renovables.	Sociedades ubicadas en la sede central y delegaciones	3-3, 302-1 y 302-2	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	Pág. 155-157
	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;	Grupo Atresmedia (véase cada una de las categorías)	3-3, 305-1, 305-2, 305-3 y 305-4	9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático	Pág. 148-155
	Las medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del Cambio Climático;	Grupo Atresmedia	3-3	9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático	Pág. 148-155
	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.	Grupo Atresmedia	3-3	9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático	Pág. 148-155
	Protección de la biodiversidad				
	Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad;	Grupo Atresmedia	No material	No material	No material
	Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas.	Grupo Atresmedia	No material	No material	No material
	Empleo				
Cuestiones sociales y relativas al personal	Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional;	Grupo Atresmedia	3-3, 2-7 y 405-1	8.3 Sobre los empleados	Pág. 129
	Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo,	Grupo Atresmedia	2-7 y 405-1	8.3 Sobre los empleados	Pág. 130
	Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional,	Grupo Atresmedia (se excluye Diario motor, Sonora y H2H)	2-7 y 405-1	8.3 Sobre los empleados	Pág. 130-131
	Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	Grupo Atresmedia	401-1	8.3 Sobre los empleados	Pág. 132
	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,	Grupo Atresmedia	3-3 y 405-2	8.3 Sobre los empleados	Pág. 133
	La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a	Grupo Atresmedia	3-3 y 405-2	8.3 Sobre los empleados	Pág. 133



	largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo,				
	Implantación de políticas de desconexión laboral.	Grupo Atresmedia	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 141
	Empleados con discapacidad.	Grupo Atresmedia	405-1	8.3 Sobre los empleados	Pág. 128
	Organización del trabajo				
	Organización del tiempo de trabajo	Grupo Atresmedia	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 140-141
	Número de horas de absentismo	Grupo Atresmedia (se excluye Sonora)	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 145
	Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores.	Grupo Atresmedia (se excluye Sonora)	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 140-141
	Salud y seguridad				
	Condiciones de salud y seguridad en el trabajo;	Grupo Atresmedia	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 143-145
	Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad, enfermedades profesionales, desagregado por sexo.	Grupo Atresmedia (se excluye Sonora)	403-9 y 403-10	8.3 Sobre los empleados	Pág. 144-145
	Relaciones sociales				
	Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos;	Grupo Atresmedia	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 139
	Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país;	Grupo Atresmedia	2-30	8.3 Sobre los empleados	Pág. 139-140
	El balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo.	Grupo Atresmedia	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 139-140
	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.	Grupo Atresmedia	2-29	8.3 Sobre los empleados	Pág. 142-143
	Formación				
	Las políticas implementadas en el campo de la formación;	Grupo Atresmedia	3-3 y 404-2	8.3 Sobre los empleados	Pág. 134-139
	La cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	Grupo Atresmedia (se excluye Diario Motor, H2H, Smartclip, Sonora y Pazy)	404-1	8.3 Sobre los empleados	Pág. 137
	Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	Grupo Atresmedia	3-3	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia 8.3 Sobre los empleados	Pág. 97-99 Pág. 142



Igualdad					
Cuestiones sociales y relativas al personal	Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres;	Grupo Atresmedia	3-3	8.3 Sobre los empleados	Pág. 140-142
	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;	Grupo Atresmedia		8.3 Sobre los empleados	Pág. 140-142
	La política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad.	Grupo Atresmedia		8.3 Sobre los empleados	Pág. 140-142
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;	Grupo Atresmedia	3-3, 2-23 y 2-26	8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos	Pág. 124-127
	Denuncias por casos de vulneración de Derechos Humanos;	Grupo Atresmedia	406-1	8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos	Pág. 124-127
	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;	Grupo Atresmedia	3-3	8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos	Pág. 124-127
	La eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación;	Grupo Atresmedia	3-3 y 406-1	8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos	Pág. 124-127
	La eliminación del trabajo forzoso u obligatorio;	Grupo Atresmedia	3-3	8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos	Pág. 124-127
	La abolición efectiva del trabajo infantil.	Grupo Atresmedia	3-3	8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos	Pág. 124-127
Corrupción y el soborno	Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno;	Grupo Atresmedia	3-3, 2-23 y 2-24	7.6. Cumplimiento normativo	Pág. 69-74
	Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales,	Grupo Atresmedia		7.6. Cumplimiento normativo	Pág. 69-74
	Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro.	Atresmedia Corporación de Medios de Comunicación, S.A. y Fundación Atresmedia	413-1	7.6. Cumplimiento normativo	Pág. 69-74
Sociedad	Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible				
	El impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local;	Grupo Atresmedia	3-3, 203-1, 413-1	8.2 Sobre la sociedad	Pág. 101-127
	El impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio;	Grupo Atresmedia		8.2 Sobre la sociedad	Pág. 101-127
	Las relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos;	Grupo Atresmedia	G4-M6, G4-M7, 2-29	8.2 Sobre la sociedad	Pág. 101-127



	Las acciones de asociación o patrocinio.	Grupo Atresmedia	2-28	8.2 Sobre la sociedad	Pág. 101-127
	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;	Grupo Atresmedia	3-3, 2-6, 204-1, 414-1 y 308-1	7.5. Cadena de suministro	Pág. 66-69
	Sistemas de supervisión y auditorias y resultados de las mismas.	Grupo Atresmedia		7.5. Cadena de suministro	Pág. 66-69
	Consumidores				
	Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores;	Grupo Atresmedia	3-3, 417-2, G4-M3, G4-M4, G4-M5	8.1. Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia	Pág. 91-101
	Sistemas de reclamación, quejas recibidas y resolución de las mismas.	Grupo Atresmedia		8.1. Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia	Pág. 91-101
	Información fiscal				
	Beneficios obtenidos país por país Impuestos sobre beneficios pagados	Grupo Atresmedia	3-3 y 201-1	7.7. Cumplimiento fiscal	Pág. 74-76
	Subvenciones públicas recibidas	Grupo Atresmedia	201-4	7.7. Cumplimiento fiscal	Pág. 74-76
Otros contenidos	Elegibilidad y Alineamiento de las actividades del negocio con la Taxonomía Europea	Grupo Atresmedia	Reglamento (UE) 2020/852 Y Reglamentos Delegados de la Comisión 2021/2139 del 4 de junio y 2021/2178 del 6 de julio	7.9. Taxonomía de la UE Anexo I.	Pág. 78-89 Pág. 177-181

* Adicionalmente a los contenidos GRI citados en la tabla anterior el Estado de Información No Financiera del Grupo Atresmedia incluye los siguientes contenidos: contenidos generales (2-3, 2-4, 2-5, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16, 2-17, 2-18, 2-19, 2-20, 2-25, 2-27); contenidos temáticos (206-1, 207-1, 207-2, 207-3, 401-1, 403-4, 418-1, 303-1, 303-2).

11. Índice GRI

Declaración de uso	Grupo Atresmedia reporta utilizando como referencia los GRI Standards para el periodo del 1 de enero de 2023 al 31 de diciembre de 2023. [GRI 2-3]
GRI utilizado	GRI 1: Fundamentos 2021
Estándar sectorial de aplicación	Suplemento sectorial: medios de comunicación

Estándar	Contenido	Apartado	Página
CONTENIDOS GENERALES			
2-1	Detalles de la organización	4. Alcance del informe	11-14
2-2	Entidades incluidas en el reporting de sostenibilidad	4. Alcance del informe	11-14
2-3	Período objeto del informe, frecuencia y contacto	4. Alcance del informe	11-14
2-4	Reexpresión de la información	Cualquier reexpresión de información ha sido debidamente indicada a lo largo del EINF.	N/A
2-5	Verificación externa	15. Revisión externa independiente	186
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones de negocio	7.3.1. Líneas de actividad	38-56
2-7	Empleados	8.3. Sobre los empleados	127-145
2-9	Estructura de gobernanza y composición	7.1. Gobierno Corporativo 9.1. Gestión Ambiental	22-28 146-161
2-10	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	7.1. Gobierno Corporativo	22-28
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	7.1. Gobierno Corporativo	25
2-12	Rol del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	7.4. Prevención, control e identificación de riesgos	56-66
2-13	Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos	7.4. Prevención, control e identificación de riesgos	56-66
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	4. Alcance del informe	11
2-15	Conflictos de interés	7.1. Gobierno Corporativo	22-28
2-16	Comunicación de las preocupaciones críticas	7.1. Gobierno Corporativo	22-28
2-17	Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	7.1. Gobierno Corporativo	22-28
2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	7.1. Gobierno Corporativo	22-28
2-19	Políticas de remuneración	7.1. Gobierno Corporativo	23-24
2-20	Proceso para determinar la remuneración	7.1. Gobierno Corporativo	23-24
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	1. Carta del Presidente 2. Mensaje del Consejero Delegado	4-5 6-8
2-23	Políticas y compromisos	A lo largo del EINF se especifican todas las políticas del Grupo	A lo largo del EINF
2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	Se informa a lo largo del EINF	N/A
2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	8. El impacto de Atresmedia en la sociedad 8.2. Sobre la sociedad	90-127
2-26	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	7.6. Cumplimiento normativo 8.1.1. Mecanismos de protección a la audiencia	69-74 92-101
2-27	Cumplimiento de leyes y reglamentos	7.6. Cumplimiento normativo 8.1.1. Mecanismos de protección a la audiencia	69-74 92-101
2-28	Afiliación a asociaciones	8.2. Sobre la sociedad	101-127
2-29	Enfoque para la participación de grupos de interés	4. Alcance del informe 8.2. Sobre la sociedad	11-12 101-127
2-30	Acuerdos de negociación colectiva	8.3. Sobre los empleados	127-145
CONTENIDOS ECONÓMICOS			
GRI 3: TEMAS MATERIALES			
3-3	Gestión de los temas materiales	7.3. Modelo de negocio y estrategia	30-56
GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO			
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	3. El año de un vistazo	9



201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	7.7 Cumplimiento fiscal	74-76
GRI 203: IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS			
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	8.2. Sobre la sociedad	101-127
GRI 204: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN			
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	7.5 Cadena de suministro	66-69
GRI 206: COMPETENCIA DESLEAL			
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	7.4.2 Riesgos materializados durante 2023 7.6. Cumplimiento normativo	60-61 69-74
GRI 207: FISCALIDAD			
207-1	Enfoque fiscal	7.7 Cumplimiento fiscal	74-76
207-2	Gobernanza fiscal, control y gestión de riesgos	7.7 Cumplimiento fiscal	74-76
207-3	Participación de grupos de interés y gestión de inquietudes en materia fiscal	7.7 Cumplimiento fiscal	74-76
207-4	Presentación de informes país por país	No se dispone de esta información para el año 2023.	-
CONTENIDOS SOCIALES			
GRI 3: TEMAS MATERIALES			
3-3	Gestión de los temas materiales	8. El impacto de Atresmedia en la sociedad	90-145
GRI 401: EMPLEO			
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	8.3.1 Composición de la plantilla	127-131
GRI 403: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	8.3.8 Entorno de trabajo seguro y saludable	140-142
403-9	Lesiones por accidente laboral	8.3.8 Entorno de trabajo seguro y saludable	144-145
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	8.3.8 Entorno de trabajo seguro y saludable	144-145
GRI 404: FORMACIÓN Y ENSEÑANZA			
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	8.3.3 Desarrollo profesional de los empleados	137
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	8.3.3 Desarrollo profesional de los empleados	134-139
GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	7.1. Gobierno Corporativo 8.3 Sobre los empleados	22-28 127-145
405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	8.3.2 Empleo estable y entorno laboral gratificante	132-133
GRI 406: NO DISCRIMINACIÓN			
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	8.2.4 Respeto a los Derechos Humanos	124-127
GRI 413: COMUNIDADES LOCALES			
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	8.2. Sobre la sociedad	101-127
GRI 414: EVALUACIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES			
414-1	Proveedores evaluados teniendo en cuenta criterios sociales	7.5 Cadena de suministro	66-69
GRI 417: MARKETING Y ETIQUETADO			
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	7.6 Cumplimiento normativo	69-74
GRI 418-1: PRIVACIDAD DEL CLIENTE			
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	7.4.4 Protección de datos	64-65
CONTENIDOS AMBIENTALES			
GRI 3: TEMAS MATERIALES			
3-3	Gestión de los temas materiales	9. El impacto de Atresmedia en el medioambiente	145-162



GRI 301: MATERIALES			
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	157
GRI 302: ENERGÍA			
302-1	Consumo energético dentro de la organización	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	155-157
302-2	Consumo energético fuera de la organización	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	155-157
GRI 303: AGUA			
303-1	Interacción con el agua como recurso compartido	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	157
303-2	Gestión de los impactos relacionados con los vertidos de agua	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	157
303-5	Consumo de agua	9.1.2 Gestión responsable de los recursos naturales	157
GRI 305: EMISIONES			
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático	148-155
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático	148-155
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático Anexo II. Metodología de cálculo del alcance 3	148-155 182-185
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	9.1.1 Lucha contra el Cambio Climático	148-154
GRI 306: RESIDUOS			
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	9.1.3 Gestión responsable de los residuos y contribución a la economía circular	157-160
GRI 308: EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES			
308-1	Proveedores evaluados teniendo en cuenta criterios medioambientales	7.5 Cadena de suministro	66-69
CONTENIDOS ESPECÍFICOS GUÍA SECTORIAL			
G4-PR-M3	Acciones tomadas para mejorar el cumplimiento de los valores de creación de contenido y resultados obtenidos	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia	91-101
G4-PR-M4	Acciones tomadas para mejorar el desempeño en relación con los asuntos de divulgación de contenido y los resultados obtenidos.	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia	91-101
G4-PR-M5	Nº y naturaleza de respuestas relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables, la toma de informada de decisiones y acceso, y procesos para responder a los reclamos.	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia	91-101
G4-PR-M6	Métodos para interactuar con públicos y resultados	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia	91-101
G4-PR-M7	Acciones tomadas para empoderar a públicos por medio del desarrollo de habilidades para hacer una lectura crítica de medios, y los resultados obtenidos.	8.1 Sobre los clientes y usuarios: anunciantes y audiencia	91-101



12. Resumen cifras histórico

Dimensión económica	2022	2023
Ingresos netos totales (millones de €)	950,8	971,4
Ingresos procedentes de la publicidad	80%	77%
Ingresos procedentes de otras fuentes	20%	33%
Resultado bruto de explotación (millones de €)	172,8	173,1
Beneficio neto (millones de €)	112,9	171,2
Valor económico distribuido (millones de €)	708,1	717,3
Deducciones y subvenciones recibidas (millones de €)	18,2	12,5
Ratio de eficiencia publicitaria	1,52	1,56
Número de productoras	28	30
Número de proveedores de bienes y servicios	1.225	1.160
Cuota media de pantalla Antena 3 Televisión (%)	13,9	13,3
Cuota media de pantalla laSexta (%)	6,1	6,3
Cuota media de pantalla Neox (%)	1,8	2
Cuota media de pantalla Nova (%)	2,3	2
Cuota media de pantalla MEGA (%)	1,4	1,5
Cuota media de pantalla Atreseries (%)	1,7	1,8
Número de oyentes Onda Cero (3ª ola EGM)	1.970.000	1.940.000
Número de oyentes Europa FM (3ª ola EGM)	757.000	850.000
Número de oyentes Melodía FM (3ª ola EGM)	96.000	81.000
Promedio mensual de usuarios únicos webs Atresmedia (millones/mes)	26,4	25,5
Número de consejeros	12	12
Número de consejeros independientes	4	4
Número de mujeres en el Consejo	4	4

Dimensión ambiental	2022	2023
Inversión ambiental (€)	136.528	406.343
Consumo de papel blanco (kg)	12.987	13.083
Consumo de agua (m3)	41.310	43.093
Consumo de tóner (kg)	372	592
Consumo de gasóleo calefacción (L)	502.709	495.656
Consumo de electricidad (kWh)	29.011.785	28.814.160
Consumo de gas (m3)	5.095	7.696
Consumo de gasolina para transporte (L)	29.807	30.249
Consumo de gasóleo para transporte (L)	42.243	37.977
Emisiones Alcance 1	1.641	1.667
Emisiones Alcance 2	568	543
Emisiones Alcance 3	162.735	168.636
Calificación en CDP	B	A-

Dimensión social	2022	2023
Horas de subtítulos acumuladas en TV	41.103,3	40.568,3
Horas de subtítulos en web	21.598	22.800
Número de empleados	2.508	2.562
% de mujeres en plantilla	52,8%	53,3%
Inversión en formación (€)	410.506	388.830
Horas de formación por empleado	34,2	24,3



Horas de voluntariado corporativo donadas a la comunidad	2.044	2.362
Ingresos de la Fundación aportados por Atresmedia (€)	500.000	500.000
Pases de sociales iniciativas de Atresmedia	16.616	23.554
Infracciones del Código de Autorregulación	1	0
Número de <i>copy advice</i> solicitados a Autocontrol	2.414	2.218
Coste oportunidad de emisión de espacios publicitarios en televisión para ENL (entidades no lucrativas) (€)	15.072.920	17.602.850
Coste oportunidad de emisión de espacios publicitarios en radio para ENL (entidades no lucrativas) (€)	9.208.095	10.188.163
Coste oportunidad de emisión de espacios publicitarios en web para ENL (entidades no lucrativas) (€)	125.019	131.366

13. Cuadro de mando no financiero

	Asunto material	Indicador	2022	2023	
Gobierno Corporativo	Buen Gobierno	GC 1	Grado de cumplimiento del Código de Buen Gobierno (CBG) para las sociedades cotizadas (%)	96,7% Atresmedia sigue 58 de las 60 recomendaciones que le son de aplicación	96,7% Atresmedia sigue 58 de las 60 recomendaciones que le son de aplicación
	Cumplimiento Normativo	GC 2	Expedientes sancionadores por incumplimiento normativa LGCA	1 expedientes 1 infracciones	0 expedientes 0 infracciones

	Asunto material	Indicador	2022	2023	
Recursos Humanos	Compromiso y gestión del talento y capital humano	RH 1	Porcentaje de contratos indefinidos	89,1%	90,7%
	Cultura de igualdad, inclusión y no discriminación laboral	RH 2	Brecha salarial	Dirección: 25,8% Técnicos: 7,5% Administrativos: 8,5 Otras categorías: -1,7% Media: 24,9%	Dirección: 25,7% Técnicos: 8,3% Administrativos: 3,5% Otras categorías: 1,9% Media: 26,2%
	Compromiso y gestión del talento y capital humano	RH 3	Inversión en formación	410.506 €	388.830 €
	Compromiso y gestión del talento y capital humano	RH 4	Tasa de rotación voluntaria	6,4%	6,3%
	Cultura de igualdad, inclusión y no discriminación laboral	RH 5	% mujeres sobre total nuevas contrataciones que continúan en el Grupo a cierre de año	58,4% mujeres	56% mujeres
	Cultura de igualdad, inclusión y no discriminación laboral	RH 6	% mujeres en puesto de dirección	35,2%	36%
	Cultura de diversidad e integración de personas con discapacidad	RH 7	% de empleados con discapacidad	44 empleados (1,75%)	54 empleados (2,1%)



	Asunto material	Indicador	2022	2023	
Sociedad	Programación específica relacionada con asuntos sociales	S 1	Cuota media de pantalla Atresmedia Televisión	27,2%	26,8%
		S 2	Oyentes emisoras Atresmedia Radio	2,6 M	2,8 M
		S 3	Promedio usuarios únicos de digital a cierre de año	27,3 M	24,6 M
		S 4	Nº de campañas gratuitas donadas a ONG	33	32
		S 5	Valor de espacio publicitario donado a ONG	24,4 M€	27,9 M€
	Promoción de iniciativas para el desarrollo de la comunidad y creación de oportunidades	S 6	Valor económico distribuido	708,1 M€	717,3 M€
		S 7	Horas de voluntariado donadas	2.044	2.362
	Accesibilidad	S 8	Porcentaje de programación subtitulada	92,7%	92,5%

	Asunto material	Indicador	2022	2023	
Innovación	Innovación y desarrollo de nuevas tecnologías para la difusión de contenidos	IN 1	Proyectos de innovación publicitaria	Ver apartado: 7.3.1.3 Atresmedia Publicidad.	Ver apartado: 7.3.1.3 Atresmedia Publicidad.
	Experiencia del cliente en el uso de las plataformas	IN 2	Inversión aprobada en proyectos de innovación tecnológica	6.849.762€	10.254.323€
	Promoción de iniciativas para el desarrollo de la comunidad y creación de oportunidades	IN 3	Número de <i>start-ups</i> con inversión vigente	21	20

14. Contribución a las metas de los ODS

ODS	METAS
	<p>2.1 Para 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año.</p>
	<p>3.4 Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar.</p> <p>3.5 Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol</p> <p>3.6 Para 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo.</p>
	<p>4.1 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos.</p> <p>4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.</p> <p>4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los Derechos Humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.</p>
	<p>5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.</p> <p>5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.</p> <p>5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.</p> <p>5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres.</p>
	<p>9.5 Mejorar la capacidad tecnológica, entre otras cosas, fomentando la innovación.</p>
	<p>10.2 De aquí a 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.</p>
	<p>11.4 Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.</p>

	<p>12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.</p> <p>12.3 De aquí a 2030, reducir a la mitad el desperdicio de alimentos per cápita mundial en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y suministro, incluidas las pérdidas posteriores a la cosecha.</p>
	<p>13.3 Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional respecto de la mitigación del Cambio Climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.</p>
	<p>15.2 Para 2020, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial.</p>
	<p>16.10 Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales.</p>
	<p>17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas</p> <p>17.19 De aquí a 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complementen el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo.</p>

ANEXO I. Taxonomía Europea

Volumen de negocio

Ejercicio financiero 2023 Año 2023				Criterios de contribución sustancial						Criterios de ausencia de perjuicio significativo ("No causa un perjuicio significativo")								Proporción del volumen de negocios que se ajusta a la taxonomía (A.1) o elegible según la taxonomía (A.2), año 2022	Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición
Actividades económicas	Códigos	Volumen de negocios (€)	Proporción del volumen de negocios, año 2023*	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Garantías mínimas				
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)																				
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	227.296,72 €	0,02%	N/EL	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,03%	F		
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3			N/EL	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S		S	F	
Volumen de negocios de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A.1)		227.296,72 €	0,02%	0,00%	0,02%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,03%			
De las cuales: facilitadoras		227.296,72 €	100,00%	0,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	S	S	S	S	S	S	0,03%	F		
De las cuales: de transición		0,00 €	0,00%	0,00%						S	S	S	S	S	S	S	0,00%	T		
A.2. Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																				
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	75.905.782,60 €	7,81%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								7,42%			
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3			N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										
Volumen de negocios de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		75.905.782,60 €	7,81%	0,00%	7,81%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%								7,42%			
A. Volumen de negocios de actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)		76.133.079,32 €	7,84%	0,00%	7,84%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%								7,45%			
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																				
Volumen de negocios de actividades no elegibles según la taxonomía (B)		895.296.145,00 €	92,16%																	
TOTAL		971.429.224,32 €	100,00%																	

CapEx

Ejercicio financiero 2023	Año 2023			Criterios de contribución sustancial						Criterios de ausencia de perjuicio significativo ("No causa un perjuicio significativo")						Proporción del volumen de negocios que se ajusta a la taxonomía (A.1) o elegible según la taxonomía (A.2), año 2022	Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición
	Códigos	CapEx (€)	Proporción del CapEx, año 2023*	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad			
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																		
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)																		
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	78.175,09 €	0,47%	N/EL	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,59%	F
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3			N/EL	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S		S
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	110.508,28 €	0,67%	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,00%	F
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	214.147,89 €	1,29%	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,00%	F
CapEx de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A.1)		402.831,26 €	2,43%	1,96%	0,47%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,59%	
De las cuales: facilitadoras		402.831,26 €	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	S	S	S	S	S	S	0,59%	F
De las cuales: de transición		0,00 €	0,00%	0,00%						S	S	S	S	S	S	S	0,00%	T
A.2. Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																		
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	13.639.546,19 €	82,25%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								84,06%	
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3			N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	0,00 €	0,00%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,00%	
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	0,00 €	0,00%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,00%	
CapEx de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		13.639.546,19 €	82,25%	0,00%	82,25%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%								84,06%	
A. CapEx de actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)		14.042.377,45 €	84,67%	1,96%	82,72%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%								84,65%	
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																		
CapEx de actividades no elegibles según la taxonomía (B)		2.541.569,56 €	15,33%															
TOTAL		16.583.947,01 €	100,00%															

OpEx

Ejercicio financiero 2023	Año 2023			Criterios de contribución sustancial						Criterios de ausencia de perjuicio significativo ("No causa un perjuicio significativo")						Garantías mínimas	Proporción del volumen de negocios que se ajusta a la taxonomía (A.1.) o elegible según la taxonomía (A.2), año 2022	Categoría actividad facilitadora	Categoría actividad de transición
	Códigos	OpEx (€)	Proporción del OpEx, año 2023*	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad	Mitigación del cambio climático	Adaptación al cambio climático	Agua	Contaminación	Economía circular	Biodiversidad				
A. ACTIVIDADES ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																			
A.1. Actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía)																			
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	70.181,60 €	0,35%	N/EL	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,43%	F	
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3			N/EL	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S		S	F
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	219.903,11 €	1,09%	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,00%	F	
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	0,00 €	0,00%	S	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	S	S	S	S	S	S	S	0,00%	F	
OpEx de actividades medioambientalmente sostenibles (que se ajustan a la taxonomía) (A.1)		290.084,71 €	1,44%	1,09%	0,35%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	S	S	S	S	S	S	0,43%		
De las cuales: facilitadoras		290.084,71 €	100,00%	100,00%	100,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	S	S	S	S	S	S	S	0,43%	F	
De las cuales: de transición		0,00 €	0,00%	0,00%						S	S	S	S	S	S	S	0,00%	T	
A.2. Actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía)																			
Actividades de programación y emisión de radio y televisión	CCA 8.3	13.489.002,38 €	67,13%	N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								69,17%		
Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión, grabación de sonido y edición musical	CCA 13.3			N/EL	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL										
Instalación, mantenimiento y reparación de equipos de eficiencia energética	CCM 7.3	0,00 €	0,00%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,00%		
Instalación, mantenimiento y reparación de estaciones de recarga para vehículos eléctricos en edificios (y en las plazas de aparcamiento anexas a los edificios)	CCM 7.4	0,00 €	0,00%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL								0,00%		
OpEx de actividades elegibles según la taxonomía pero no medioambientalmente sostenibles (actividades que no se ajustan a la taxonomía) (A.2)		13.489.002,38 €	67,13%	0,00%	67,13%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%								69,17%		
A. OpEx de actividades elegibles según la taxonomía (A.1+A.2)		13.779.087,09 €	68,57%	1,09%	67,48%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%								69,60%		
B. ACTIVIDADES NO ELEGIBLES SEGÚN LA TAXONOMÍA																			
OpEx de actividades no elegibles según la taxonomía (B)		6.314.520,53 €	31,43%																
TOTAL		20.093.608 €	100,00%																

	Proporción del volumen de negocio/volumen de negocios total	
	que se ajusta a la Taxonomía por objetivo	elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	0,00%	0,00%
CCA	0,02%	7,84%
WTR (*)	0,00%	0,00%
CE (*)	0,00%	0,00%
PPC (*)	0,00%	0,00%
BIO (*)	0,00%	0,00%

	Proporción del CapEx/CapEx total	
	que se ajusta a la Taxonomía por objetivo	elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	1,96%	1,96%
CCA	0,47%	82,72%
WTR (*)	0,00%	0,00%
CE (*)	0,00%	0,00%
PPC (*)	0,00%	0,00%
BIO (*)	0,00%	0,00%

	Proporción del OpEx/OpEx total	
	que se ajusta a la Taxonomía por objetivo	elegible según la taxonomía por objetivo
CCM	1,09%	1,09%
CCA	0,35%	67,48%
WTR (*)	0,00%	0,00%
CE (*)	0,00%	0,00%
PPC (*)	0,00%	0,00%
BIO (*)	0,00%	0,00%

(*) En el ejercicio 2023 no hay que reportar alineamiento de las actividades de dichos Anexos de acuerdo con la regulación.

Actividades relacionadas con la energía nuclear y el gas fósil

Fila	Actividades relacionadas con la energía nuclear	
1.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la investigación, el desarrollo, la demostración y la implantación de instalaciones innovadoras de generación de electricidad que producen energía a partir de procesos nucleares con un mínimo de residuos del ciclo de combustible.	NO
2.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción y la explotación segura de nuevas instalaciones nucleares para producir electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno, así como sus mejoras de seguridad, utilizando las mejores tecnologías disponibles.	NO
3.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la explotación segura de instalaciones nucleares existentes que producen electricidad o calor de proceso, incluido para fines de calefacción urbana o procesos industriales como la producción de hidrógeno a partir de energía nuclear, así como sus mejoras de seguridad.	NO
Actividades relacionadas con el gas fósil		
4.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción o explotación de instalaciones de generación de electricidad que producen electricidad a partir de combustibles fósiles gaseosos.	NO
5.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación combinada de calor/frío y electricidad que utilicen combustibles fósiles gaseosos.	NO
6.	La empresa lleva a cabo, financia o tiene exposiciones a la construcción, la renovación y la explotación de instalaciones de generación de calor que producen calor/frío a partir de combustibles fósiles gaseosos.	NO

ANEXO II. Metodología de cálculo del alcance 3

En un ejercicio de transparencia, Atresmedia reporta en el presente Estado de Información No Financiera, la metodología de cálculo de cada una de las categorías de alcance 3 reportadas por la organización. Para la realización del cálculo se han utilizado las siguientes fuentes:

- Base de datos CEDA 6.0 (*Comprehensive Environmental Data Archive*).
- DEFRA 2023.
- Los factores de la OCCC: *Guía Práctica per la càlcul d'emissions de gasos amb efecte d'hivernacle* (GEH), Oficina Catalana del *Canvi Climàtic*.
- Los factores de la Agencia Internacional de la Energía (IEA por sus siglas en inglés).

Categoría 1: emisiones asociadas a la cadena de suministro

Esta categoría incluye las emisiones asociadas al ciclo de vida de todos los productos y servicios adquiridos por Atresmedia en el año de reporte.

Los datos utilizados para el cálculo de la categoría 1 son los gastos por cuenta contable (€) procedente de la cuenta de resultados de la compañía.

Para trabajar con los datos secundarios procedentes de importes certificados por partida de gasto, se realiza un mapeo de los diferentes grupos de compras con el factor de emisión de CEDA del año correspondiente que mejor se ajuste a la denominación de dicho gasto. Además, se realiza un análisis exhaustivo para determinar exclusiones (partidas nulas, impuestos, etc.) y evitar la doble contabilización de algunos grupos de gasto que pudieran corresponderse con información propia de otras categorías del alcance 3 o, incluso, de los alcances 1 y 2. Finalmente, se aplica la siguiente fórmula: $\sum (\text{valor del bien o servicio comprado (€)} \times \text{factor de emisión del bien o servicio comprado por unidad de valor económico (kg CO}_2\text{e/€)})$.

Categoría 2: emisiones asociadas a los bienes capitales

Los datos utilizados para el cálculo de la categoría 2 se obtienen del gasto por cuenta contable. Concretamente se consideran el importe de gasto certificado por grupo de artículo. Los datos incluyen el gasto por grupo de artículos según cada cartera de inversión catalogada en los sistemas del Grupo, tanto en el caso de Uniprex como de Atresmedia. Cada grupo de artículos tiene una descripción genérica denominada como "Denominación" que sirve como base de selección del factor de emisión adecuado, siempre y cuando esta denominación no sea demasiado genérica para el propósito, situación en la cual la asignación del factor de emisión se basará de ser posible en un nivel más detallado en caso de poder ser aportado. De manera análoga al procedimiento aplicado en la categoría 1, se identifican las partidas de gastos asociadas a los bienes de capital (proporcionado por Atresmedia) y se utiliza como base de selección del factor de emisión de CEDA 6.0 Global. A continuación, se aplica la fórmula: $\sum (\text{valor del bien de capital adquirido (€)} \times \text{factor de emisión del bien de capital adquirido por unidad de valor económico (kg CO}_2\text{e/€)})$.

Categoría 3: emisiones asociadas al ciclo de vida de los combustibles y energía consumida

Los datos utilizados para el cálculo de la categoría tres han sido:

- **Datos primarios de combustión estacionaria:** registro de consumo energético de gas natural en kWh y diésel en litros.
- **Datos primarios de combustión móvil:** registro de litros consumidos por toda la flota de coches indicando el combustible utilizado, también se han incluido los coches *renting*.
- **Datos primarios de consumo de electricidad:** registro de consumo de electricidad de red y de electricidad renovable en kWh.

La metodología seguida para el cálculo ha sido la siguiente:



- Para los combustibles consumidos por Atresmedia en instalaciones fijas y/o móviles: con el objetivo de que los resultados muestren coherencia a lo largo de los tres alcances definidos por el *GHG Protocol*, se han utilizado los factores de emisión “*Well to Tank*” (WTT) disponibles en la base de datos de DEFRA, donde se localiza el factor WTT correspondiente a cada combustible bajo la misma denominación utilizada para el cálculo de Alcance 1. El dato del consumo energético para combustión estacionaria y móvil se multiplica, por tanto, por el factor de emisión WTT de DEFRA asociado a cada tipo de combustible.
- Para los combustibles consumidos en la generación de electricidad: A la electricidad consumida sin Garantías de Origen Renovable, o a toda en caso de calcularse según localización, se le aplica el factor de emisión aguas arriba de la red “*Well-to-tank*” (WTT), que comprende la adición de los factores correspondientes del WTT de la generación de dicha electricidad, las pérdidas en la distribución de esta, y el WTT de esta distribución. A la electricidad consumida con GdO no se les aplica el factor de emisión WTT de generación. Tanto para el WTT de la generación, de la distribución, y la corrección de las pérdidas por país, la IEA ofrece factores de emisión directos y específicos para cada país y se han utilizado los datos disponibles del año más reciente. Todos estos factores se aplican al total de consumo eléctrico de Atresmedia. Al consumo eléctrico proveniente de fuentes no renovables, también se le ha incluido el componente de biomasa (1,30%) de la producción de energía renovable (datos de Red Eléctrica de España sobre el sistema eléctrico nacional). Para ello, se ha utilizado el factor de emisión apropiado de DEFRA 2023.

Categoría 4: emisiones asociadas al transporte y distribución de bienes

Los datos utilizados para el cálculo de la categoría cuatro han sido datos económicos categorizados como servicios de transporte y servicios postales reflejados en la cuenta de resultados 2023.

Para el cálculo de transporte se cuenta con información secundaria del valor del servicio de mensajería pagado. A partir de CEDA, se localiza el factor de emisión que mejor se ajuste a esta actividad. Se aplica la fórmula: $\sum (\text{valor del servicio contratado (€)} \times \text{factor de emisión del servicio contratado por unidad de valor económico (kg CO}_2\text{e/€)})$.

Categoría 5: emisiones asociadas al ciclo de vida de los residuos

Para el cálculo de esta categoría se han utilizado las unidades físicas en toneladas de los tipos de residuos generados identificados mediante tipología de residuo y método de disposición final recibido (valorización, vertedero, incineración, tratamiento biológico o tratamiento térmico) proporcionado por los gestores de residuos. Para realizar el cálculo, se han usado los factores de emisión de DEFRA 2023 para su tratamiento.

Categoría 6: emisiones asociadas a los viajes de negocio

Para calcular las emisiones asociadas a los viajes de negocio se han utilizado dos tipos de datos: **Datos primarios**, la información de la localización y número de noches de hotel y distancia recorrida por pasajero en avión y tren, así como por los coches de alquiler. **Datos secundarios**, información del gasto (€) en noches de hotel, viajes en coche, taxi, tren o avión no contabilizados mediante dato primario. Por su parte, la metodología de cálculo

Para los trayectos en km de los que se dispone de dato primario, ha consistido en la identificación del kilometraje y su multiplicación por el factor DEFRA correspondiente (diferenciando tipo de vehículo utilizado y territorio). Para las estancias en hoteles de las que se dispone de dato primario del número de pernoctaciones, se escoge el factor DEFRA por localización geográfica del hotel (kg CO₂e/noche). De no estar disponible el FE en la base de datos DEFRA, se consultó la fuente original (*Greenview Hotel Carbon Footprint Tool*) y se asignó las emisiones kg CO₂e/noche en base al país. Por último, se completa la categoría calculando las emisiones del gasto que no queda cubierto por el dato primario



con la información procedente de las partidas de gastos referidas a viajes de trabajo que incluyen el transporte de taxis.⁷⁵

Cada denominación de partida se utiliza como base de selección del factor de emisión de CEDA que mejor se le ajuste aplicando la fórmula: $\sum (\text{valor del viaje contratado (€)} \times \text{factor de emisión del tipo de servicio de transporte por unidad de valor económico (kg CO}_2\text{e/€)})$.

Categoría 7: emisiones de desplazamientos de los empleados al centro de trabajo

Para el cálculo de esta categoría se ha utilizado el número total de empleados que trabajan en centros físicos de Atresmedia y los resultados de la encuesta de movilidad realizada en 2022 que fue cumplimentada por 460 empleados del Grupo en la que se recogieron datos como: patrones de movilidad, kilómetros recorridos por trayecto o transporte utilizado para desplazarse al centro de trabajo, entre otros.

Para realizar el cálculo se han extrapolado los datos de la encuesta al total de la plantilla. Para calcular las emisiones procedentes de los kilómetros recorridos por cada modo de transporte se multiplican las distancias en km por el factor de transporte DEFRA correspondiente. Para el cálculo de las emisiones de transporte público se utilizó el factor de emisión de DEFRA. De la misma forma se aplica también el factor "Well to Tank" (WTT) también de DEFRA. Se ha priorizado el dato de km recorridos por encima del consumo de combustible por falta de datos del último.

Categoría 8: emisiones asociadas a los activos arrendados por la organización

Los datos utilizados para el cálculo de esta categoría se han obtenido del gasto por cuenta contable (€) correspondiente a alquileres pagados en el año en curso. Para trabajar con los datos secundarios procedentes de importes certificados por partida de gasto correspondiente a alquileres se ha realizado un mapeo de los diferentes grupos de compras con el factor de emisión de CEDA del año correspondiente que mejor se ajusta a la denominación de dicho gasto.

Categoría 11: emisiones asociadas al uso de productos

Para calcular las emisiones asociadas al uso de productos se han utilizado dos tipos de datos: **Datos primarios**, el número de visitantes promedio de las diferentes plataformas (televisión, radio y web) y tiempo promedio de consumición en las diferentes plataformas. **Datos secundarios**, las potencias estimadas de diferentes dispositivos.

Para obtener las emisiones de la categoría 11, se calcula la energía total consumida (kWh) por dispositivo utilizado para reproducir el contenido de Atresmedia teniendo en cuenta la potencia promedio (kW), las horas de uso (h) y la vida útil (años) de cada dispositivo. El dato de consumo se multiplica por el factor de emisión de la IEA correspondiente al país de venta del dispositivo. A su vez, el cálculo de las emisiones para la radio se ha modificado, ya que se había detectado que en 2022 estaban calculadas muy por debajo de la realidad, no se tenían en cuenta las emisiones anuales, sino las mensuales. Finalmente, los datos para el cálculo de emisiones para web (pc + móvil) de 2022 fueron corregidos y para el año 2023 vuelven a ser correctos.

Categoría 15: emisiones asociadas a la inversión

Para el cálculo de esta categoría, se han utilizado datos de inversiones en cine y derechos audiovisuales procedentes de la cuenta de resultados de la Compañía.

La categoría 15 se divide en inversiones en sociedades participadas (1) e inversiones en cine (2) y derechos audiovisuales (3). Para estas dos últimas categorías, los datos provienen de la cuenta de resultados (fuente principal de las categorías 1, 4 y 8), y extraídas de manera análoga a las partidas contabilizadas en la misma. Se han estimado las emisiones a través de un análisis económico y

⁷⁵ Aquellos FE que no sean CEDA, se incluye los cálculos de las emisiones *Well To Tank* (WTT) ya que no son incluidas en los FE.

Para los vehículos terrestres (taxis, *renting* y otro tipo de transportes) no hay dato primario por lo que se calculan mediante gasto, usando factores CEDA.

Para los trenes nacionales, se usa el promedio de AVE y Avant, para internacionales Larga distancia.

aplicado los factores de emisión relevantes de CEDA 6. En el caso de las sociedades, se ha considerado sus emisiones como no significativas y se han desestimado del cálculo de huella.

15. Revisión externa independiente

(GRI 2-5)

**Informe de Verificación Independiente del Estado de Información
No Financiera consolidado correspondiente al ejercicio anual finalizado
el 31 de diciembre de 2023**

**ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A. Y
SOCIEDADES DEPENDIENTES**

INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE DEL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA CONSOLIDADO

A los accionistas de ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A.:

De acuerdo al artículo 49 del Código de Comercio hemos realizado la verificación, con el alcance de seguridad limitada, del Estado de Información No Financiera consolidado adjunto (en adelante EINF) correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023, de ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A. 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 que no ha sido objeto de nuestro trabajo de verificación. En este sentido, nuestro trabajo se ha limitado exclusivamente a la verificación de la información identificada en el apartado "10. Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad" incluido en el EINF adjunto.

Responsabilidad 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 los *Sustainability Reporting Standards* de *Global Reporting Initiative* (estándares GRI) seleccionados, así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el apartado "10. Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad" 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.

Nuestra independencia y gestión de la calidad

Hemos cumplido con los requerimientos de independencia y demás requerimientos de ética del Código Internacional de Ética para Profesionales de la Contabilidad (incluyendo las normas internacionales sobre independencia) del Consejo de Normas Internacionales de Ética para Profesionales de la Contabilidad (IESBA, por sus siglas en inglés) que está basado en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia y diligencia profesionales, confidencialidad y comportamiento profesional.

Nuestra firma aplica la Norma Internacional de Gestión de la Calidad (NIGC) 1, que requiere que la firma diseñe, implemente y opere un sistema de gestión de la calidad que incluya políticas y procedimientos relativos al cumplimiento de los requerimientos de ética, normas profesionales y requerimientos legales y reglamentarios aplicables.

El equipo de trabajo ha estado formado por profesionales expertos en revisiones de Información no Financiera y, específicamente, en información de desempeño económico, social y medioambiental.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar nuestras conclusiones en un informe de verificación independiente de seguridad limitada basándonos en el trabajo realizado. Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de acuerdo con los requisitos establecidos en la Norma Internacional de Encargos de Aseguramiento 3000 Revisada en vigor, "Encargos de Aseguramiento distintos de la Auditoría o de la Revisión de Información Financiera Histórica" (NIEA 3000 Revisada) emitida por el Consejo de Normas Internacionales de Auditoría y Aseguramiento (IAASB) de la Federación Internacional de Contadores (IFAC) y con la Guía de Actuación sobre encargos de verificación del Estado de Información No Financiera emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

En un trabajo de seguridad limitada los procedimientos llevados a cabo varían en su naturaleza y momento de realización, y tienen una menor extensión, que los realizados en un trabajo de seguridad razonable y, por lo tanto, la seguridad que se obtiene es sustancialmente menor.

Nuestro trabajo ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades del Grupo que han participado en la elaboración del EINF, en la revisión de los procesos para recopilar y validar la información presentada en el EINF y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- ▶ 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 2023 en función del análisis de materialidad realizado por el Grupo y descrito en el apartado "Proceso de análisis de doble materialidad", 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 2023.
- ▶ Revisión de la información relativa a los riesgos, las políticas y los enfoques de gestión aplicados en relación a los aspectos materiales presentados en el EINF del ejercicio 2023.
- ▶ Comprobación, mediante pruebas, en base a la selección de una muestra, de la información relativa a los contenidos incluidos en el EINF del ejercicio 2023 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.
- ▶ Obtención de una carta de manifestaciones de los Administradores y la Dirección.

Párrafo de énfasis

En base al 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, así como en base a los Actos Delegados promulgados de conformidad con lo establecido en dicho Reglamento, se establece la obligación de divulgar información sobre la manera y la medida en que las actividades de la empresa se asocian a actividades económicas elegibles en relación con los objetivos medioambientales de uso sostenible y protección de los recursos hídricos y marinos, transición a una economía circular, prevención y control de la contaminación y protección y restauración de la biodiversidad y ecosistemas, y respecto de determinadas nuevas actividades incluidas en los objetivos de mitigación y adaptación al cambio climático, por primera vez para el ejercicio 2023, adicional a la información referida a actividades elegibles y alineadas ya exigida en el ejercicio 2022 en relación con los objetivos de mitigación del cambio climático y de adaptación al cambio climático. En consecuencia, en el EINF adjunto no se ha incluido información comparativa sobre elegibilidad en relación con el resto de los objetivos medioambientales anteriormente indicados ni con las nuevas actividades incluidas en los objetivos de mitigación del cambio climático y adaptación al cambio climático. Por otra parte, en la medida en que la información relativa al ejercicio 2022 no se requería con el mismo nivel de detalle que en el ejercicio 2023, en el EINF adjunto la información desglosada tampoco es estrictamente comparable. Adicionalmente, cabe señalar que los administradores de ATRESMEDIA CORPORACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN, S.A. han incorporado información sobre criterios que, en su opinión, permiten dar mejor cumplimiento a las citadas obligaciones y que están definidos en la apartado 7.9 "Taxonomía de la Unión Europea" del EINF adjunto. Nuestra conclusión no ha sido modificada en relación con esta cuestión.

Conclusión

Basándonos en los procedimientos realizados en nuestra verificación y en las evidencias que hemos obtenido no se ha puesto de manifiesto aspecto alguno que nos haga creer que el EINF del Grupo correspondiente al ejercicio anual finalizado el 31 de diciembre de 2023 no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con los contenidos recogidos en la normativa mercantil vigente y siguiendo los criterios de los estándares GRI seleccionados así como aquellos otros criterios descritos de acuerdo a lo mencionado para cada materia en el apartado "10. Requerimientos de la Ley 11/2018 en materia de información no financiera y diversidad" del citado Estado.

Uso y distribución

Este informe ha sido preparado en respuesta al requerimiento establecido en la normativa mercantil vigente en España, por lo que podría no ser adecuado para otros propósitos y jurisdicciones.

INSTITUTO DE CENSORES
JURADOS DE CUENTAS
DE ESPAÑA

ERNST & YOUNG, S.L.

2024 Núm. 01/24/02424

SELLO CORPORATIVO: 30,00 EUR

Sello distintivo de otras actuaciones

ERNST & YOUNG, S.L.



Elena Fernández García

29 de febrero de 2024