

PRISA

**Informe de
Responsabilidad Social
y Sostenibilidad 2020**





Las circunstancias de extraordinaria complejidad e incertidumbre que estamos viviendo en estos momentos dejan poco espacio para el análisis retrospectivo. La prioridad es hacer frente a la grave crisis sanitaria causada por la pandemia generada por el Covid-19 y, al tiempo, a la profunda crisis social y económica que ha inducido de forma tan súbita; y hacerlo mirando al futuro.

Son momentos para actuar con determinación y con rigor, sentido de la responsabilidad y visión de largo plazo.

PRISA, junto a la inmediata aplicación de las medidas sanitarias, ha dado prioridad al mantenimiento de su actividad educativa, informativa, cultural y de entretenimiento de calidad; que entendimos lo era también para todos nuestros públicos objetivos. Igual prioridad hemos dado a la situación de liquidez financiera y a la adecuación de nuestras estructuras, recursos y procesos al nuevo entorno tan rápidamente cambiante.

Durante el ejercicio pasado, el Consejo de Administración ha dedicado particular atención a la revisión de la estrategia y a definir la mejor hoja de ruta para que nuestras distintas actividades puedan desarrollar proyectos de futuro, que necesariamente deben ser transformadores –y, por lo tanto, ambiciosos e ilusionantes–, así como generadores de valor sobre bases sostenibles para todos nuestros públicos y grupos de interés.

Contemplamos lograr niveles de rentabilidad que nos permitan ofrecer retornos adecuados a quienes nos facilitan los recursos necesarios para desarrollarlos. Los efectos de esta nueva crisis perjudican nuestro ya elevado endeudamiento, que debemos reducir y situar en parámetros acordes a la naturaleza de nuestros negocios, que no ofrecen todavía elevados niveles de apalancamiento operativo y, por tanto, tampoco pueden tenerlo en su balance.

Hemos tenido en 2019 indudables ámbitos de mejora, como también hicimos en el año anterior; pero no hemos alcanzado los objetivos de desinversiones de activos no estratégicos y de generación de recursos inicialmente planificados.

El contexto actual nos exige nuevos esfuerzos, que afrontamos desde la convicción de que son necesarios no sólo para mitigar el impacto inmediato de la situación actual sino, sobre todo, para sentar bases firmes sobre las que proyectar el futuro.

No sabemos bien cómo será ese futuro en muchos aspectos; pero sí que va a pivotar sobre una sociedad y unos ciudadanos mejor formados, con contenidos educativos adaptados a necesidades de conocimientos y habilidades que se adquirirán de forma más diversa y flexible; una sociedad y unos ciudadanos mejor informados, con contenidos elaborados con rigor, calidad, visión multidisciplinar y ofrecidos en plataformas confiables; una sociedad y unos ciudadanos que demandarán una nueva cultura del ocio, en la que proyectar sus preferencias y aspiraciones personales y sus relaciones sociales.

Nuestra estrategia y nuestra hoja de ruta definidas están ya enfocadas a ese futuro y a la ambición de que PRISA, sus empresas y sus marcas sean referentes centrales en él; un futuro que ya vislumbramos, aunque las circunstancias actuales no nos permitan ver con suficiente claridad el horizonte.

El corto plazo será más difícil y complejo, más duro; pero estamos más cerca de la senda que nos hemos trazado.

Muchas gracias a todos por otorgarnos un año más su confianza y apoyo.

Un saludo,

Javier Monzón,

Presidente del Consejo de Administración



En una situación normal, estas líneas servirían para hacer un balance de cómo nos fue 2019 y para esbozar cómo nos irá en 2020. En una situación normal, les diría que PRISA cerró el año pasado un nuevo ejercicio positivo, que continuamos con el proceso de refuerzo de balance, de consolidación de la estabilidad financiera y de saneamientos, como estaba previsto en nuestro plan estratégico. En una situación normal, les diría que cerramos 2019 con una mejora del EBITBA del 8%, con un buen comportamiento de todos nuestros negocios.

Pero, desgraciadamente, no estamos en una situación normal. La pandemia del Covid-19 ha puesto al mundo entero en estado de máxima urgencia. En el momento de escribir estas líneas, más de un tercio de la Humanidad está confinada en sus casas, los contagiados por la enfermedad rebasan claramente los tres millones de personas y el número de fallecidos alcanza cifras dramáticas.

¿Cómo ha reaccionado PRISA ante una crisis de tal magnitud? Respondiendo con todos sus recursos para asegurar la continuidad de su actividad, poniendo en marcha las medidas necesarias para proteger la salud y la seguridad de sus trabajadores, proveedores y clientes; y, en paralelo, reforzando su compromiso con la sociedad, ofreciendo el acceso a una información profunda y rigurosa, a un entretenimiento de calidad y a unos servicios educativos online de máximo nivel destinados a familias y colegios tanto en España como en Latinoamérica.

Los efectos de la pandemia también se han trasladado a la economía. Todos los sectores productivos lo están sufriendo. Los medios de comunicación y la educación no son una excepción. Nuestros equipos son plenamente conscientes de la misión empresarial de PRISA, como lo son de los legítimos intereses de sus accionistas, que nos continúan prestando su apoyo en unos momentos de máxima incertidumbre.

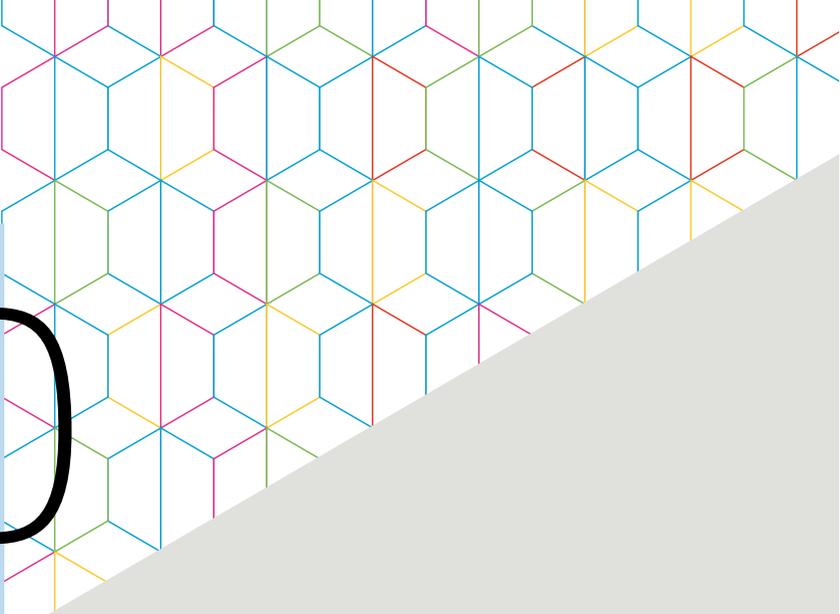
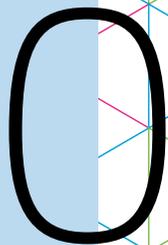
Desde el inicio de la crisis, con el impulso y apoyo del consejo hemos estado trabajando en un plan que mitigue ese daño económico. Para ello, hemos activado medidas para preservar niveles suficientes de liquidez en el conjunto del Grupo, manteniendo el compromiso de desinversiones en activos no estratégicos. También se ha puesto en marcha un ajuste de las estructuras de costes, comenzando por una reducción de la compensación de los consejeros y de los altos directivos. Además, se aprobó implementar acciones en el ámbito laboral que posibiliten la adecuación al nuevo entorno, cuidando especialmente el mantenimiento del empleo en el actual escenario socioeconómico.

Estas medidas tienen como objetivo dar viabilidad al plan estratégico de PRISA, un modelo de futuro, rentable y generador de valor, basado en el fortalecimiento de la oferta de sistemas de educación y aprendizaje, así como en la intensificación de la transformación digital de nuestros medios de comunicación.

PRISA mantiene el compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas. Desde 2016, el Grupo forma parte del Comité Ejecutivo de la Red Española, desde donde impulsa los Principios del Pacto Mundial y los Objetivos de Desarrollo Sostenible para alcanzar la Agenda 2030.

Son momentos muy difíciles, pero con el apoyo de todos los que formamos PRISA, podemos mirar al futuro con orgullo y confianza.

Un saludo,
Manuel Mirat
CEO

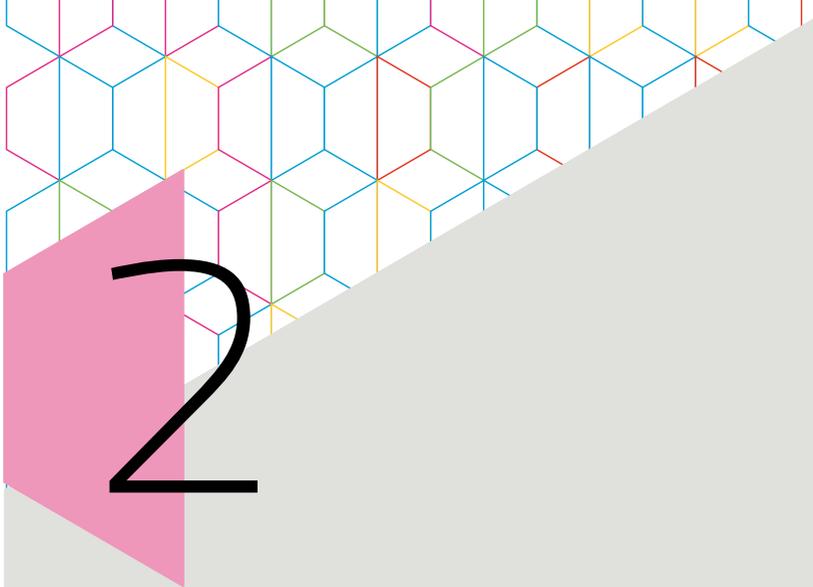


0 Índice



1 PRISA, un grupo global

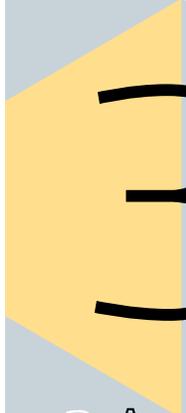
- 8 **PRISA un grupo global**
- 10 **Misión, visión y valores**
- 13 **Panorama de un año**
- 18 **Áreas de negocio**
 - 18 **Santillana**
 - 22 **PRISA Noticias**
 - 28 **PRISA Radio**
 - 33 **Media Capital**
- 34 **Principales magnitudes**



2

2 La sostenibilidad en PRISA

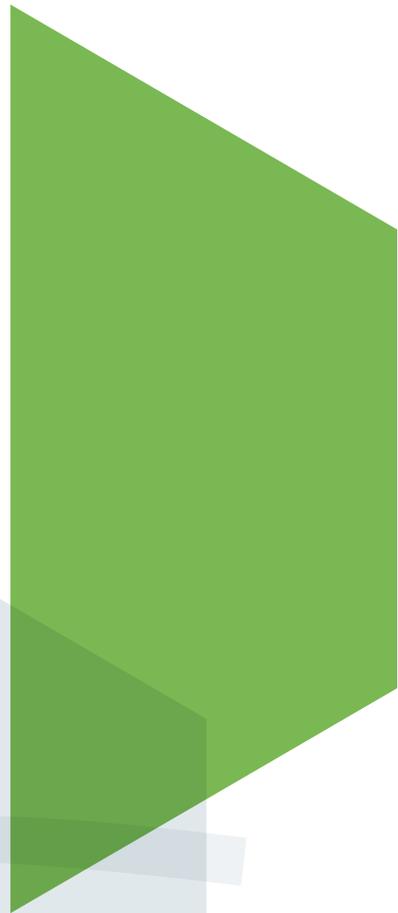
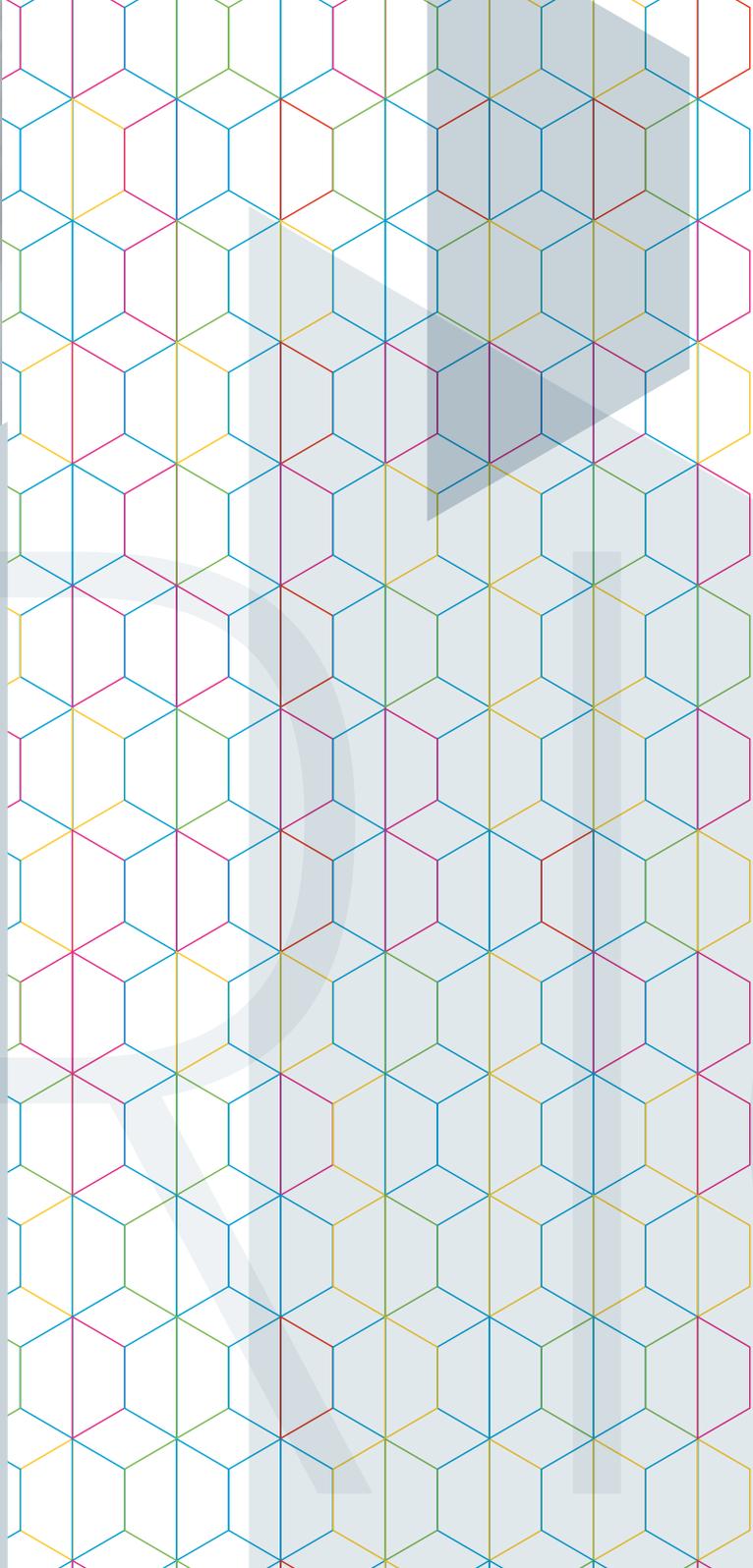
- 46 **Responsabilidad social corporativa**
- 47 **Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés**
- 48 **Análisis de materialidad**
- 50 **Nuestra estrategia de sostenibilidad**
 - 52 **Creación y distribución de contenidos**
 - 63 **Gestión responsable**
 - 63 **de nuestros profesionales**
 - 69 **de nuestros consumidores, usuarios, lectores y oyentes**
 - 72 **de la transformación digital**
 - 75 **de nuestros proveedores**
 - 76 **del medioambiente**
 - 80 **Gobierno corporativo**
 - 89 **Cumplimiento y gestión de riesgos**
 - 93 **Accionistas e inversores**
 - 96 **Compromiso con el desarrollo sostenible**



3

3 Anexos

- 129 **Ámbito y alcance de este informe**
- 131 **Correlación de indicadores GRI (SRS), principios del Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo Sostenible**
- 144 **Información de contacto**





1

PRISA,
un grupo global



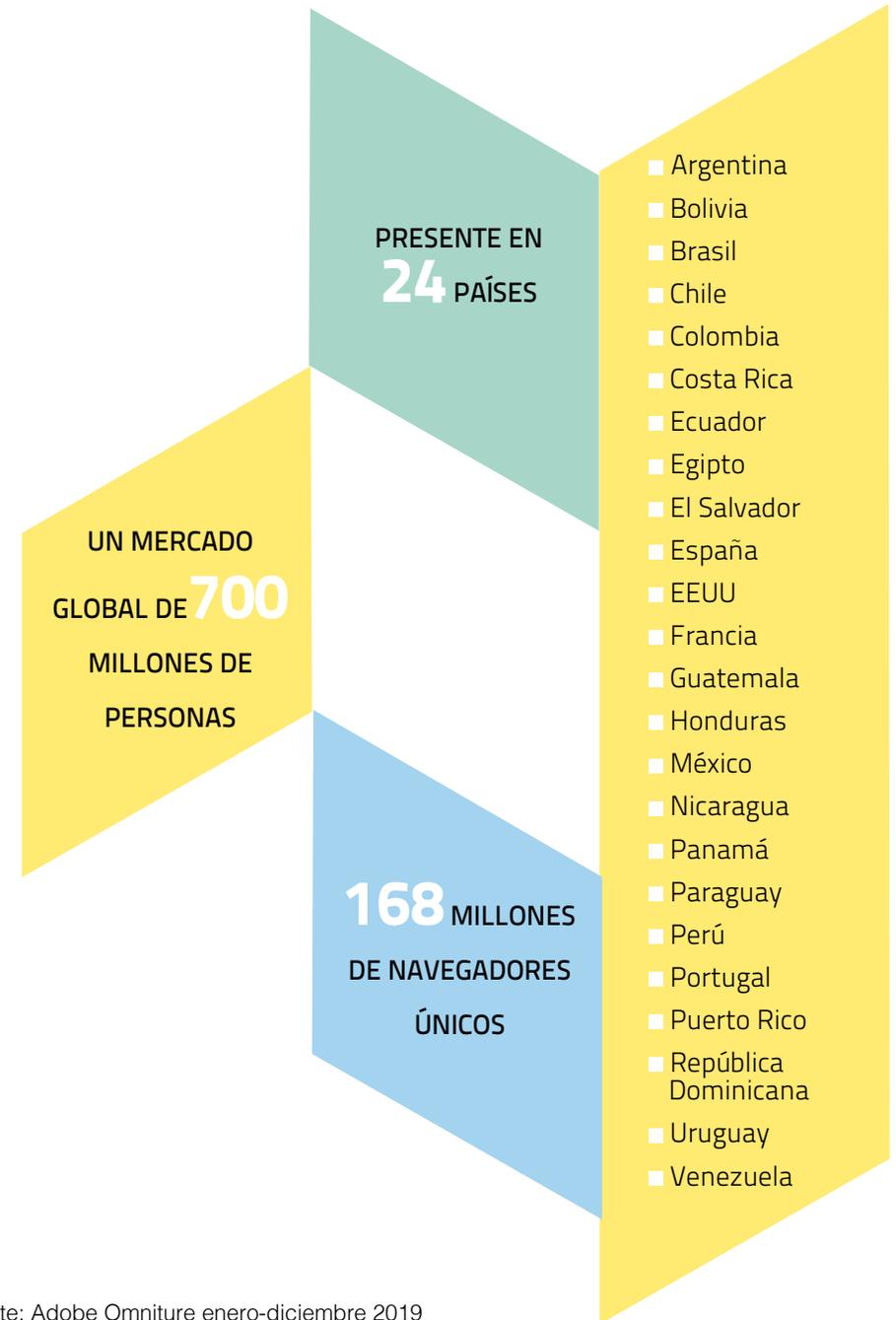
PRISA, UN GRUPO GLOBAL

PRISA es el grupo empresarial líder en la creación y distribución de contenidos educativos, de información y entretenimiento en los mercados de hablas española y portuguesa.

En los 24 países en que tiene presencia, PRISA se dirige a millones de personas a través de un conjunto de marcas de alcance global: Santillana, EL PAÍS, LOS40, W Radio o AS. PRISA se sitúa en cabeza en los sectores en que trabaja: educación, prensa, radio hablada o musical, y televisión. Se ha convertido en uno de los más importantes grupos de educación y medios de comunicación del ámbito hispanohablante gracias a la gran calidad de sus contenidos, pero también a su espíritu innovador, principalmente por su enfoque con respecto a la economía digital a través de la conectividad y la mejora continua en la oferta de productos y servicios cada vez más personalizados. A su principal dedicación al mercado en español se suma su implantación en Brasil y Portugal, además de en el mercado hispanohablante de EEUU, que le abre un mercado global de más de 700 millones de personas.

Con 168 millones de navegadores únicos* en todo el mundo, PRISA se sitúa como una de las primeras voces entre los grupos de educación y comunicación gracias a su decidida estrategia en relación con la distribución de contenidos, y a que ofrece propuestas innovadoras en los distintos formatos, canales y plataformas.

PRISA se ha convertido en uno de los principales grupos de educación y medios de comunicación gracias a la calidad de sus contenidos y a su espíritu innovador.



* Fuente: Adobe Omniture enero-diciembre 2019



MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

El compromiso con la sociedad es la esencia de PRISA. Su misión es contribuir al desarrollo cultural de las personas y al progreso de la sociedad en los países en los que está presente. Desde su nacimiento, los fundadores e impulsores del proyecto asumieron un deber con la sociedad española basado en la defensa y difusión de las libertades democráticas.

Este compromiso ha posicionado a PRISA como la marca de referencia global en educación e información en lenguas española y portuguesa. Son dos actividades diferenciadas que acompañan a las personas en su vida y que convergen en una misma responsabilidad social.

La revolución tecnológica va a permitir estar todavía más cerca de las personas y ofrecerles productos y servicios cada vez mejores y más personalizados desde la defensa de unos valores que inspiran todas las actividades del Grupo.

Conocedores de esta realidad, y comprometidos con ella, esta máxima permanece en todas las empresas del Grupo en España e Iberoamérica, una visión compartida y desarrollada por todos los profesionales de PRISA. Principios fundacionales como independencia; responsabilidad; pluralismo; defensa de la libertad, la paz, la igualdad y la protección medioambiental; autocrítica; creatividad; atención a las demandas de la sociedad y gestión responsable y sostenible representan valores que el Grupo sigue proyectando hacia el futuro.

Tales premisas han caracterizado desde su origen a todas las marcas en su responsabilidad con la sociedad para llegar a ser líderes globales en educación, información y entretenimiento en lenguas española y portuguesa, y para dar respuesta a las inquietudes, expectativas y necesidades de una sociedad libre, solidaria, responsable, respetuosa y sostenible.

La revolución tecnológica va a permitir estar todavía más cerca de las personas y ofrecerles productos y servicios cada vez mejores y más personalizados desde la defensa de unos valores que inspiran todas las actividades del Grupo.

MISIÓN

Contribuir al desarrollo y al progreso de las personas y de la sociedad ofreciendo educación de calidad e información veraz, independiente y responsable.



VALORES

Independencia, rigor y pluralismo en el ejercicio de nuestra labor como informadores, educadores y comunicadores.

Defensa del progreso, la libertad, la democracia y la igualdad de derechos y oportunidades.

Creatividad e innovación en el desarrollo del negocio.

Atención a las demandas e inquietudes de la **sociedad** y de los grupos de interés.

Gestión responsable, eficiente y sostenible, generadora de valor para el accionista y para la sociedad.

Las **personas** se sitúan en el centro de todo lo que hace el Grupo impulsando la gestión del talento.



VISIÓN

Ser la referencia en educación e información en lenguas española y portuguesa.





Santillana es la compañía de contenidos y servicios educativos líder en el ámbito de las lenguas española y portuguesa.

Apuesta por una educación inspiradora centrada en el alumno y que empodera al docente en la mejora educativa.

Proporciona servicio y acompañamiento a la escuela, involucra a las familias y apuesta por la innovación y la creatividad como ejes del aprendizaje.

106 MILLONES de libros

34 MILLONES de estudiantes

EDUCACIÓN



PRISA Noticias engloba marcas informativas líderes en sus segmentos, todas ellas con una clara vocación global. La mejor y más variada oferta en español de contenidos generalistas, económicos y deportivos, disponibles en múltiples narrativas y soportes.

131 MILLONES de navegadores únicos

GENERALISTA



ESPECIALIZADA



REVISTAS



PRISA Radio es el mayor grupo radiofónico en español con presencia en 13 países.

Se estructura en torno a dos áreas de negocio: radio hablada y radio musical, con un modelo de gestión encaminado a ofrecer contenidos de alta calidad, revitalizar los formatos radiofónicos y la innovación tecnológica a través de su plataforma de audio bajo demanda.

51 MILLONES de navegadores únicos

21 MILLONES de oyentes

HABLADA



MUSICAL



PODCAST



Media Capital es el principal grupo de comunicación en Portugal.

A través de TVI emite en más de 23 territorios en todo el mundo.

Plural, productora ibérica de ficción y entretenimiento, distribuye contenidos en más de 90 países, en especial en los países africanos de habla portuguesa. MCR es el grupo radiofónico líder en Portugal, y Radio Comercial la número uno en audiencia.

AUDIENCIA 24h 18,5 %

AUDIENCIA prime time 21,4%

TV COMERCIAL



PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS



DIGITAL



PANORAMA DE UN AÑO

ENERO

- EL PAÍS pone en marcha la campaña **¿Y tú qué piensas?** para hacer un llamamiento al pensamiento crítico de los lectores.
- Santillana, junto a Fundación Atresmedia y Samsung, celebra la sexta edición de **¡Grandes profes!**, encuentro anual para rendir homenaje a los docentes.
- Javier del Pino, Conchi Cejudo y Gervasio Sánchez, premiados en la



Imagen de campaña ¿Y tú qué piensas?

categoría de radio con el **Premio Internacional de Periodismo Rey de España** por Vidas enterradas del programa *A vivir*.

- **Asociación de Media Capital con MSN**, que permite a Media Capital distribuir más de 60 millones de visitas en esta red a través de sus diversas marcas: TVI, TVI24, MaisFutbol, SELFIE y AutoPortal.

FEBRERO

- EL PAÍS organiza el foro **Perú en la agenda global**, que contó con el ministro de Relaciones Exteriores de la República del Perú, Néstor Francisco Popolizio Bardales.
- Gracias a la implementación de la herramienta Adobe Target, EL PAÍS obtiene un plan de *testing* optimizado.
- Fundación Santillana lanza **Acepto las condiciones**, de Cristóbal Cobo. La obra cuestiona la supuesta neutralidad de la tecnología y el costo de

ceder información personal a plataformas tecnológicas.

- Cadena SER celebra por tercer año consecutivo una **jornada de puertas abiertas** con motivo del Día Mundial de la Radio.



Día Mundial de la Radio

MARZO

- Dentro de su compromiso contra el cambio climático, PRISA apoya, desde 2008 **La Hora del Planeta**, la más importante iniciativa mundial de movilización ciudadana contra el cambio climático, de World Wide Fund for Nature (WWF), la mayor organización internacional independiente dedicada a la defensa de la naturaleza y el medioambiente.



Convocatoria La Hora del Planeta

EL PAÍS Retina organiza el evento **Tecnología y sociedad: de la era del conocimiento a la de la incertidumbre**.



Evento Tecnología y sociedad

Santillana México celebra el **Congreso de directivos UNOi** bajo el título *El futuro de la inteligencia*, dedicado a temas como la robótica y la inteligencia artificial aplicadas a la educación.

Santillana lanza el proyecto editorial **Mujeres protagonistas**, que ofrece una visión completa y real del espacio que han ocupado y ocupan las mujeres en la historia del conocimiento y de la construcción social.

Cadena Dial celebra la **XXIII edición de los Premios Cadena Dial**, a beneficio de la Federación de Asociaciones de Mujeres, Arena y Laurisilva, y la Escuelita del Hospital Universitario Nuestra Señora de la Candelaria.

ABRIL

Redactores de EL PAÍS imparten talleres de periodismo a más de 500 niños durante la celebración del Congreso Internacional de la Lengua Española.

La ministra de Economía y Empresa de España, **Nadia Calviño**, participa en el Foro Cinco Días.



Nadia Calviño en el Foro Cinco Días

EL PAÍS y Google optimizan la salida del contenido relacionado con marcas por medio de una herramienta

para mejorar la convivencia entre información y publicidad.

Santillana Ecuador celebra el congreso **Habilidades del siglo XXI aplicadas a la educación**, centrado en temas como la metodología STEM, el modelo de clase inversa y los pilares para tener un programa de inglés exitoso.

MAYO

El reportaje *Palmira: el otro lado*, publicado por EL PAÍS SEMANAL, recibe el **European Press Prize** en la categoría innovación.

AS firma un acuerdo con Twitter para integrar en la habitual narración de los periodistas una selección de contenidos de la red social, para ofrecer a la audiencia datos de alto valor informativo, además de una experiencia única.

Santillana lanza la campaña **Tienen talento**, basada en la idea de que todas las personas tienen un talento especial para algo, y que los educadores juegan un papel clave para descubrirlo, desarrollarlo y potenciarlo.

Bejob, empresa de formación *onli-*

ne de Santillana, y Samsung lanzan la segunda edición de **DesArrolladoras**, un curso de programación para mujeres que busca fomentar su incorporación al sector de tecnologías de la información y comunicación.

LOS40 celebra su festival **LOS40 Primavera Pop 2019** con tres escenarios: Madrid, Rubí (Barcelona) y Málaga. Parte de la recaudación se destina a Surfrider, organización dedicada a la protección de los océanos.



Festival LOS40 Primavera Pop 2019

JUNIO

Entrega de los **XII Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial 2019**. Se alzaron con los premios

Acciona, por el proyecto *Greenchain*; Red Eléctrica de España, por el proyecto *El bosque marino*, y Alen Space, *spin off* de la Universidad de Vigo dirigido al desarrollo y fabricación de nanosatélites.

◆ PRISA, Grupo Godó y Vocento lanzan la principal **plataforma de venta conjunta de publicidad programática**.

◆ El programa educativo **EL PAÍS de los Estudiantes** otorga premios especiales a alumnos de Galicia, Asturias y Murcia.

◆ La campaña **No dejes de aprender** de Santillana obtiene en PubliFestival, Festival Internacional de Publicidad Social, el premio a la mejor campaña *branded content* y al mejor spot de Internet, además de la mención especial del jurado por su contenido social.



Campaña Greenpeace

◆ LOS40 se une a la mayor expedición de **Greenpeace** por la protección de los océanos: el equipo de *Anda ya* da la bienvenida en Bilbao al rompehielos *Arctic Sunrise*.

JULIO

◆ La sección de Opinión de **EL PAÍS** comienza a ofrecer contenidos exclusivos bajo registro.

◆ EL PAÍS, KPMG España e IESE organizan la sexta edición del **Foro del Consejero**.

◆ Santillana Compartir y Pleno reciben el **Seal of Alignment**, sello de confianza de la International Society for Technology in Education (ISTE),



Sello International Society for Technology

como herramientas EDtech que ofrecen una experiencia de aprendizaje de alta calidad.

◆ Finalizan las clases de la 18.ª promoción del **Máster de edición** de Santillana y la Universidad Complutense de Madrid.

AGOSTO

◆ Santillana presenta en Argentina, Perú y Colombia el **relanzamiento de la marca Compartir**, su solución integral de enseñanza, con el objetivo de potenciar su posicionamiento como aliado para la transformación educativa de las escuelas en Latinoamérica, apoyándose



Relanzamiento de la marca Compartir

en los conceptos de innovación, *expertise* y *partnership* con los colegios.

◆ Bejob se suma, con un catálogo de cursos en las competencias digitales más demandadas, al **proyecto SAVIA**, iniciativa de la Fundación Endesa para la formación y empleabilidad de los mayores de 50 años.

◆ En el **Encuentro de Gestores del Sistema Farias Brito (SFB)**, congreso para directores de escuelas de la red SFB, Santillana Brasil presenta las mejoras para el próximo año y distintos *workshops*, charlas y paneles.

SEPTIEMBRE



Foro económico América Latina, Estados Unidos y España en la economía global

- Se celebra en Nueva York la cuarta edición del foro económico **América Latina, Estados Unidos y España en la economía global**, organizado por EL PAÍS y la Cámara de Comercio España-EEUU.
- EL PAÍS abre el **Foro de educación**, un espacio de debate digital dedicado a la educación.
- PRISA se une a la campaña **#aliadosdelosODS**, promovida por la Red Española del Pacto Mundial, para trabajar en la difusión de estos objetivos.
- Fundación Santillana presenta el **programa educativo ED21**, en un acto con especialistas y representantes de distintos sectores para debatir sobre el presente y futuro de la educación.



Presentación ED21

- Bejob y la Fundación Inspiring Girls presentan el **Club Inspiring Girls**, un espacio para que niñas de 10 a 15 años realicen actividades prácticas y reciban charlas inspiradoras de mujeres profesionales de los sectores de la tecnología y la innovación.
- Cadena Dial celebra en Madrid **Vive Dial**, la gran fiesta de la música en español. Parte de la recaudación fue para la Asociación Mensajeros por la Paz del Padre Ángel, que lucha por paliar las desigualdades, sobre todo en las mujeres más desfavorecidas.



Vive Dial

OCTUBRE

- **The Climate Reality Project** premia a EL PAÍS por la información sobre el cambio climático.
- Cinco Días organiza el ciclo **Observatorio ODS. Transformando objetivos en realidad**, para debatir sobre los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la ONU.



Observatorio ODS

- Fundación Santillana coorganiza el encuentro de innovación educativa **enlightED**, junto a Fundación Telefónica, IE University y South Summit.
- Santillana México alcanza un acuerdo con Google para implementar **Aprendizaje aumentado**, un nuevo modelo educativo basado en el aprovechamiento de nuevas tecnologías



Encuentro enlightED

como la realidad aumentada, la realidad virtual o los drones, entre otras.

- Cadena Dial organiza en Barcelona el show **Únicas**, el evento musical más relevante por la igualdad.
- **Plural** fue nuevamente galardonada como mejor productora de televisión en Portugal en los premios Meios e Publicidade.

NOVIEMBRE

- EL PAÍS organiza el foro **Cambio climático. Tiempo de actuar**.
- EL PAÍS organiza el evento **Retina LTD**, que reúne a expertos de la transformación digital para dar comienzo a la era posdigital.



Retina LTD

● EL PAÍS SEMANAL y Unicef lanzan **24 horas en la vida de la infancia**, para conmemorar el 30.º aniversario de la Convención sobre los Derechos del Niño.

● La Fundación Santillana, la OEI y el Ministerio de Educación, Cultura y Tecnología de Argentina convocan un año más el **Premio Vivalectura**, que reconoce proyectos que promuevan la lectura en espacios educativos y sociales de Argentina y Uruguay.

● La Cadena SER celebra en Barcelona la Gran Gala de los **Premios Ondas 2019**. Los premios reconocen a los profesionales, empresas y trabajos nacionales e internacionales más sobresalientes en radio, publicidad radiofónica, televisión y música.



Gala Premios Ondas 2019

● LOS40 celebra en Madrid la **Gala de LOS40 Music Awards**, a beneficio del Instituto Jane Goodall y WWF por sus proyectos con animales en peligro de extinción.



DICIEMBRE

● V edición de **EL PAÍS con tu futuro**, un encuentro centrado en el mundo laboral de la educación y el desarrollo profesional dirigido a los más jóvenes.

● Cinco Días organiza la **Jornada sobre sostenibilidad financiera**.

● **SET VEINTIUNO**, programa de aprendizaje de las habilidades del siglo XXI de Santillana, recibe el Premio Quality Innovation Award, de la Asociación Nacional de Centros Promotores de la Excelencia-CEX en la categoría de sector educativo.

● La SER organiza la **Semana del clima**, acción interna en coincidencia con la COP25.

● **ADN** recibe el Premio Medio de Comunicación 2019, otorgado por la Fundación Iguales, en reconocimiento a su compromiso con la diversidad sexual y de género.



EL PAÍS con tu futuro

ÁREAS DE NEGOCIO

SANTILLANA

CREANDO VALOR EN LA EDUCACIÓN

Si hay un concepto que sintetiza 2019 para Santillana ha sido, sin duda, el impulso a los **modelos de suscripción**, que generan valor tanto para los clientes y usuarios (escuela, directivos de los centros educativos e inversores) como para la empresa. Estos modelos se construyen sobre la base de un conocimiento profundo del cliente, identificando conjuntamente sus necesidades y ofreciendo un servicio óptimo que genere una experiencia satisfactoria: una mejor gestión del centro y un mejor aprendizaje para los alumnos. Fidelización y confianza mutua se convierten, por tanto, en pilares de este modelo.

¿Cómo se ha hecho? Aportando a la escuela **valor agregado** por la vía de la **innovación** y el **servicio**. Los proyectos educativos incorporan **contenidos inteligentes** que dejan rastro de los aprendizajes obtenidos y facilitan una mayor



personalización; los servicios de **evaluación** permiten diagnosticar a los alumnos y generar correcciones que se adapten a su nivel de aprendizaje; los **equipos de coaching** se convierten en piezas clave no solo de la correcta implementación de las soluciones de Santillana en las escuelas, sino de la **formación del profesorado** y la elaboración conjunta de planes de mejora pedagógica continua en el centro; las **certificaciones** acreditan internacionalmente las habilidades adquiridas; y, a través de la **tecnología**, ponemos a disposición de los colegios dispositivos y kits de aula que crean entornos virtuales de aprendizaje efectivo. Además, desarrollamos herramientas que nos permiten un conocimiento más profundo y efectivo de su actividad digital de aprendizaje. Lo demuestran indicadores como los KPI de Edutech (número de alumnos bajo modelo de suscripción, número de sesiones y tiempo medio de uso, tasa de renovación...). Santillana es la compañía educativa más avanzada en América Latina en materia de **analítica digital y del aprendizaje**, con herramientas como el **Sistema de Gestión Comercial (CRM)** o el **Cuadro de Mando** para directores de escuela, que da visibilidad detallada y diaria del uso del ecosistema digital del centro y sus estudiantes.

El desarrollo de las habilidades del siglo XXI y la aplicación de nuevas metodologías siguen siendo esenciales en todos los proyectos para lograr un aprendizaje profundo.

El desarrollo de las **habilidades del siglo XXI** y la aplicación de **nuevas metodologías** siguen siendo esenciales en todos los proyectos para lograr un aprendizaje profundo. Preguntarse no solo qué deben aprender los estudiantes, sino para qué, para desarrollar qué capacidades y habilidades que los hagan desenvolverse en un mundo cambiante. La educación socioemocional, financiera, las habilidades de comunicación, la comprensión

lectora y matemática, la cultura *maker*... son algunas de las habilidades desarrolladas en los programas. En este sentido, el programa **SET VEINTIUNO** ha recibido en España el Premio QIA-CEX, otorgado por la Asociación Nacional de Centros Promotores de la Excelencia, en reconocimiento a la innovación y la excelencia con una propuesta pionera en el desarrollo de las habilidades del siglo XXI.

A lo largo del año, se ha explorado también el potencial de las **nuevas narrativas educativas** a través del pódcast, y aplicado el bisturí a las prácticas de aula más disruptivas en torno a la evaluación. Además, se han creado alianzas con dos entidades especialistas en reconocer e impulsar la creatividad –la Red de Industrias Creativas y la Fundación Juan March en España– con el fin de generar estrategias oblicuas de pensamiento dentro y fuera de la escuela.

La campaña corporativa **No dejes de aprender** obtuvo el Premio Publifestival al mejor *spot* web y a la mejor campaña de *branded content*, así como la mención especial del jurado al anunciante con mejor mensaje. Este festival internacional de la publicidad social reconoce aquellos trabajos de *marketing* o campañas publicitarias que tienen un trasfondo social.

CONTENIDOS Y SISTEMAS DE ENSEÑANZA

Continúa el fortalecimiento de los **sistemas de enseñanza**, tanto **multidisciplinares** –ya sean integrados (UNOi, Farias Brito y Kepler, estos últimos solo en Brasil) o flexibles (Compartir y Educa)–, como los **sistemas disciplinares**, proyectos que



abarcan el aprendizaje completo de una asignatura fundamental, como WeMaths, Richmond Solution, Be+Live, Educate o Milenguaje.

Compartir y **UNOi** han superado los 1.400.000 usuarios en plataforma. En UNOi México se ha lanzado la propuesta *Aprendizaje Aumentado*, de la mano de Google, que permitirá avanzar en los nuevos desarrollos de realidad virtual y aumentada.

Gracias a la alianza de **Compartir** con **ISTE** (International Society for Technology in Education) Santillana ha obtenido el Seal of Alignment de nuestro modelo de *coaching* en los colegios, lo que supone alinear la propuesta a los estándares digitales internacionales. Además, este año se ha puesto en marcha un ambicioso proyecto de reposicionamiento de marca que, bajo el lema “**Tu aliado en transformación educativa**”, se apoya en los conceptos de innovación, *expertise* y *partnership* con los colegios.

Las matemáticas y el lenguaje son asignaturas troncales cuyo aprendizaje es fundamental para el desarrollo de otras disciplinas y habilidades. Por ello, se han desarrollado proyectos específicos, con metodología propia, como **WeMaths**,



una innovadora experiencia de aprendizaje que acerca las matemáticas a los alumnos desde la emoción. También se ha fortalecido la propuesta de comunicación con distintos programas,

como **Milenguaje** en México o **Compartilha Lengua Portuguesa** en Brasil.

Merece la pena detenerse también en **Ediciones Norma**. Una vez consolidada dentro de Santillana y en una senda de crecimiento, 2019 ha sido un año de generación de nuevos proyectos estratégicos. Destaca el protagonismo del sistema de suscripción Educ@, el sistema de inglés Greenwich Now!, la alianza con la Universidad Católica de Argentina y el desarrollo en México de un nuevo sistema de habilidades comunicativas que verá la luz en 2020.

APRENDIZAJE DE IDIOMAS

A finales de 2019, alrededor de 900.000 alumnos cursaban inglés con alguna de las soluciones existentes dentro de un modelo de suscripción.

Destaca el importante crecimiento de **Richmond Solution** en casi todos los países, y de **Educate** en Brasil, ambas propuestas de aprendizaje 100% en inglés. Estos paquetes educativos, que incorporan plataforma con trazabilidad, materiales impresos, plataforma de lectura, certificación internacional, pruebas diagnósticas y entrenamiento para los profesores, han incrementado el ingreso por alumno, al mismo tiempo que afianzan la fidelidad de los centros educativos.

Santillana cuenta también con el sello **Greenwich** para la enseñanza del inglés de Ediciones Norma, y un amplio catálogo de francés a través de **Santillana Français** (esencialmente en España, donde es líder), y de español para Brasil.



La división de Idiomas mantiene una presencia en todos los segmentos del mercado, y en 2019 ha sido líder en ventas al gobierno en México, Brasil y Chile.

FOMENTO DE LA LECTURA. LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL

La plataforma de comprensión lectora **Loqueleo** ha alcanzado más de 100.000 alumnos usuarios con actividades disponibles para casi 200 libros del fondo editorial. Además, se ha impulsado la *app* de realidad aumentada **Vive loqueleo**, que incluye *booktrailers*, animaciones... y las primeras novedades editoriales, como *Fue Rafles, Natacha*, del escritor Luis Pescetti.

2019 ha sido un año clave en las publicaciones de literatura infantil y juvenil de **Ediciones Norma**. Se ha lanzado el nuevo diseño de las colecciones *Buenas Noches*, *Torre*, *Zona Libre* y *Cara y Cruz*. Además, gracias a la alianza con la OEI, el Premio Norma ensanchó sus fronteras y ha abierto una nueva etapa que fortalece la difusión de la literatura para niños y jóvenes. La obra ganadora de este año fue



Lo que una vez hicieron *los alienígenas*, del autor colombiano John Fitzgerald Torres.

Desde los sellos de Santillana en Brasil, **Moder-na** y **Salamandra**, se ha impulsado el proyecto

Território da Leitura, para que las escuelas y las familias puedan desarrollar juntas la creatividad, la imaginación, la competencia lectora y la comunicación crítica de los alumnos.

FORMACIÓN PARA LA EMPLEABILIDAD

La plataforma Bejob para la formación en tecnologías de la información y *marketing* digital a profesionales con elevada demanda de empleo puso en marcha en 2019



más de 12 nuevos proyectos corporativos con entidades como Cofares, Leaseplan, Samsung, Fremap, Agencia para el Empleo de Madrid e ICEX, entre otros, con los que se formaron 5.000 alumnos. Algunas de estas colaboraciones han tenido una fuerte vocación 'responsable', como el acuerdo con la Fundación Inspiring Girls para formar a más de 120 niñas; el programa *DesArrolladoras* de Samsung, que benefició a 938 mujeres; o el acuerdo con Savia Digital para la formación de profesionales sénior.



PRISA NOTICIAS

EL PAÍS

EL PAÍS ha seguido desarrollando en 2019 importantes iniciativas de negocio y nuevos proyectos editoriales.

En enero de 2019, EL PAÍS lanzó una campaña de marca que pone en el centro al lector interpelándole a través de una sencilla pregunta: “¿Y tú qué piensas?”. Con ella, el diario quiso recordar que está atento a lo que los lectores piensan, a lo que sucede, y que es un espacio de debate abierto.

Ese mismo mes, se activaron los comentarios de las noticias en la edición de Brasil, con el objetivo de mejorar la calidad de las conversaciones alrededor de sus contenidos y fomentar el intercambio de ideas entre los lectores.



¿Y tú qué piensas?



Campaña ¿Y tú qué piensas?

En este año, el periódico y Google han continuado trabajando conjuntamente, esta vez en el desarrollo de una herramienta cuyo objetivo es gestionar de manera equilibrada la convivencia entre el contenido y la publicidad.

Asimismo, en colaboración con Facebook, se estrenó el formato de vídeo **Dale una vuelta**, lo que lo convirtió en el primer medio en España en asociarse con la empresa estadounidense para lanzar un programa semanal de reportajes.

EL PAÍS abrió un espacio digital de debate en torno a la educación, el **Foro de educación**. Cada semana, se formula desde la web del diario una pregunta a la comunidad implicada para que responda. El objetivo de la iniciativa es enriquecer este campo, en constante transformación y discusión, con las voces de los diversos actores.



Foro de debate de El País

En octubre EL PAÍS lanzó una nueva aplicación móvil que permite navegar en abierto. Además, las personas registradas pueden acceder a artículos exclusivos, como los de la sección de Opinión, el suplemento **Ideas** o los de los columnistas de EL PAÍS SEMANAL, además de permitir a los usuarios registrados participar en el programa de ventajas culturales de EL PAÍS +.

Durante el último año, la audiencia mensual de la página web de EL PAÍS creció un 8% con respecto al año anterior. En Latinoamérica, los navegadores únicos han aumentado un 11%, parámetro en el que destaca el 15% de crecimiento en México. El tráfico latinoamericano supone un promedio del 42% de aportación mensual durante el año.

Se observa una tendencia de acceso a través de dispositivos móviles en detrimento del ordenador. A lo largo del año se ha continuado apostando por la distribución de contenidos propios a través de redes sociales. En este momento, la comunidad de seguidores en las principales plataformas supera los 24,5 millones.

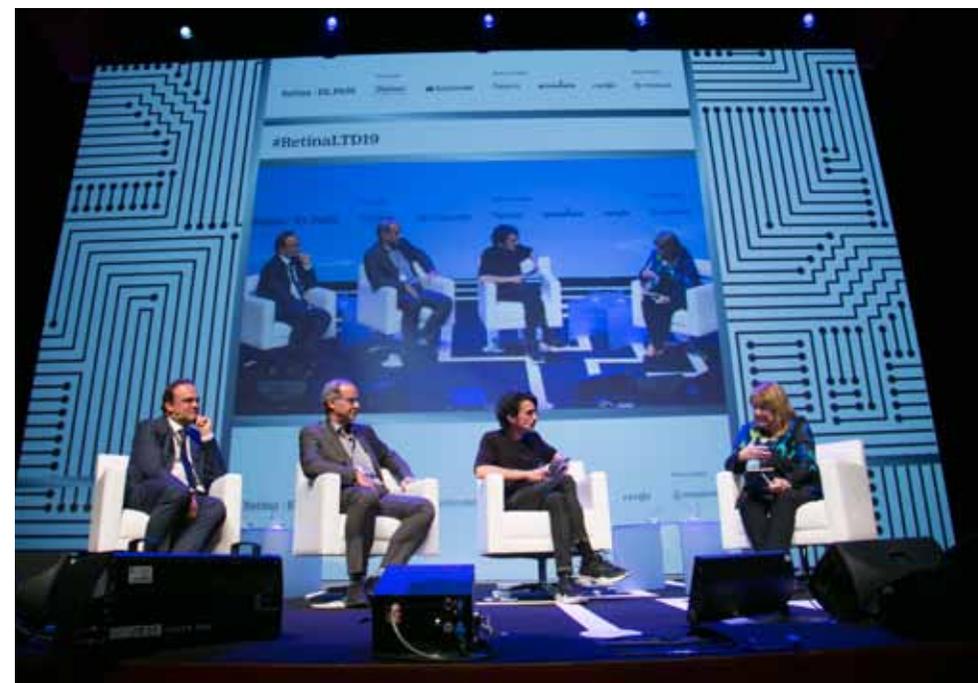
El área de vídeo cierra 2019 consolidando el crecimiento en audiencia iniciado hace ya cinco años. También a lo largo del año se ha lanzado un nuevo canal para EL PAÍS BRASIL con contenidos íntegramente en portugués. Así, en producción de vídeo, EL PAÍS continúa siendo líder entre los medios digitales.

En 2020 se seguirá reforzando el área de actualidad y será el año de la producción de contenidos de vídeo más largos, de mejor calidad y con vocación de atraer suscriptores.

A lo largo del año, EL PAÍS ha organizado numerosos foros de debate en los que se ha contado con la participación de las máximas autoridades gubernamentales y empresariales de Europa e Iberoamérica, como el presidente del Gobierno de España, Pedro Sánchez, o el presidente de la República del Perú, Martín Vizcarra, entre otros.

Además, y con motivo de las elecciones a la presidencia de la Comunidad de Madrid y las elecciones municipales y autonómicas, EL PAÍS y Cadena SER organizaron dos debates en los que los candidatos dialogaron sobre sus propuestas.

EL PAÍS Retina ha celebrado su cuarta edición, en este caso con el objetivo de resaltar la importancia de la transformación digital y abrir debates constructivos que aporten puntos de vista sobre cómo nuestra sociedad puede ser más avanzada y competitiva.



Cuarta edición EL PAÍS Retina

En educación, han continuado nuevas ediciones de dos proyectos: **EL PAÍS con tu futuro**, que orienta y estimula a los jóvenes a la hora de diseñar su futuro profesional, y **EL PAÍS de los estudiantes**, que pretende acercar el periodismo a las aulas escolares.

Por su parte, el programa de fidelización EL PAÍS + ha ofrecido 500 experiencias culturales a los suscriptores y lectores del periódico, el 30% de ellas de tipo Premium, es decir, destinadas exclusivamente a suscriptores.

Desde septiembre de 2018, en que se abrió EL PAÍS + a los lectores registrados en elpais.com, el programa de fidelización se ha convertido en una palanca más dentro de la estrategia global de captación de nuevos registros. La mayor parte proceden de experiencias relacionadas con el teatro, el cine y los #EncuentrosElPaís.

Estos encuentros, enmarcados dentro de EL PAÍS +, han continuado acercando los personajes más relevantes de la actualidad musical a los lectores del periódico, lo que ha llevado la marca EL PAÍS a un perfil de lector más joven y digital. Durante 2019, se han realizado ocho encuentros musicales con artistas de la talla de Manuel Carrasco, Juanes o Morat. Su emisión en el perfil de Facebook de EL PAÍS ha tenido una media de 30.000 reproducciones.



Atendiendo a los datos publicados por ComScore (multiplataforma), durante 2019 as.com ha alcanzado en España un promedio mensual de 12,3 millones de usuarios únicos.

En 2019 se ha mantenido el crecimiento de los accesos desde dispositivos móviles, que han pasado a ser la principal vía de entrada a los contenidos.

En Latinoamérica, sigue avanzando firme gracias a las ediciones locales, con lo que se ha posicionado como medio deportivo de referencia. La aportación de navegadores únicos desde Latinoamérica al conjunto de la audiencia de as.com en 2019 ha sido del 49%.



Redacción del periódico AS

Por su parte, AS Arabia ha aumentado su promedio mensual de navegadores únicos un 12% desde su lanzamiento en abril de 2018. A su vez, AS TV ha experimentado un crecimiento mensual de reproducciones de vídeos de un 12%.

El portal de videojuegos referencia del sector en España y Latinoamérica, MERISTATION, se ha posicionado en septiembre como líder del *ranking* en España. En este sentido, Biwenger, el *fantasy-manager* de fútbol, ha sido líder absoluto en su categoría, al igual que el vertical Movistar eSports de as.com.

En este año, AS ha firmado un acuerdo con Twitter para integrar directamente en la habitual narración de los periodistas una selección de contenido de la red social, incluyendo más contenido multimedia: fotos, vídeos en directo, galerías y publicaciones en redes sociales. De esta forma, el lector, además de participar activamente del evento deportivo a través de comentarios, puntuaciones o encuestas, puede encontrar datos y estadísticas (alineaciones, resultados, clasificaciones,

datos del juego en tiempo real o rachas de los equipos, además de los análisis elaborados por *Football Data Suite*).

En noviembre, AS alcanzó un acuerdo con la Federación Española de Baloncesto para organizar el Hall of Fame del baloncesto español, un proyecto para reconocer a jugadores y entrenadores que han ayudado a promocionar a la Selección y a los clubes, además de premiar a árbitros, equipos, instituciones, empresas y personas de cualquier ámbito que han impulsado el deporte de la canasta.

CINCO DÍAS

El diario económico de PRISA se ha reforzado en 2019 como periódico de referencia para las empresas, los profesionales, los inversores, los ahorradores y los responsables de la política económica, y ya está adaptado a todos los formatos y dispositivos, con especial atención al lector que consume los contenidos informativos en movilidad.

Cinco Días, decano de la prensa económica en España, forma parte, con su cabecera y personalidad propios, del proyecto *EL PAÍS Economía*, la mayor plataforma de contenidos económicos en español, en la que también participan la sección de Economía de EL PAÍS y el sitio de la transformación digital, *Retina*.



Foro Futuro



Observatorio ODS

El diario se centra en la actividad de las compañías, en los mercados y en la política económica, a los que añade la sección **Fortuna**, sobre estilo de vida para directivos y profesionales, y una selección de contenidos de *Retina*. También cuenta con la sección **Legal**, elaborada por Wolters Kluwer, compañía referencia en información jurídica, y los portales **Smart Life**, sobre tecnología de consumo, y **Territorio Pyme**, con información práctica para autónomos, emprendedores y pequeños empresarios.

Ha consolidado su posición como espacio abierto para el diálogo sobre economía, empresas e inversión. El observatorio de tendencias económicas **Foro Futuro** ha sido un punto clave de debate sobre los grandes temas económicos.

Otra de las apuestas informativas de *Cinco Días* la conforman los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, que buscan erradicar la pobreza y garantizar la prosperidad mundial. Con el evento **Transformando objetivos en realidad**, celebrado en octubre, el periódico puso en marcha el *Observatorio ODS*, complementado con el análisis pormenorizado, tanto en la edición de papel como en la digital, de los logros en cada uno de los 17 objetivos que marcan la Agenda 2030 de la ONU y en los que están volcadas las empresas españolas.



Foro Cinco Días

El impulso al trascendental papel de la mujer en la economía y en la empresa, la batalla contra la brecha de género y la conciliación laboral y familiar son tres pilares básicos en la línea editorial de *Cinco Días*. La mujer fue protagonista del número especial editado con motivo del 41.º aniversario del periódico, con el monográfico **La fuerza económica de las mujeres**, el más completo sobre su papel en la empresa en España. En forma de revista, más de 200 emprendedoras, directivas y consejeras aparecen en sus 172 páginas a través de reportajes, entrevistas y tribunas. Se incluye, además, un fichero completo con los perfiles de todas las consejeras de las empresas del Ibex. Recoge también los principales avances en materia de igualdad y las iniciativas de las empresas para recortar la brecha salarial.

2019 ha estado marcado en España por dos elecciones generales y unas autonómicas y municipales. En ese contexto, el periódico ha mantenido abierto el debate público con las autoridades políticas. La ministra de Economía y Empresa, Nadia Calviño, analizó a fondo la coyuntura y expuso sus planes de gobierno en el **Foro Cinco Días**, un formato retransmitido en directo por la web del diario y las redes sociales.

Del amplio espectro de los debates impulsados por el periódico en 2019 son muestra la presentación del proyecto **Odismet**, para la integración en el mercado laboral de personas discapacitadas, jornadas como **Sector ferroviario: liberalización y**

mercados internacionales, encuentros como *Ideas para transformar tu empresa* o **Ven a descubrir historias que transforman**, impartido por los hermanos Roca, que están entre los chefs más afamados del mundo.

Como referente nacional en el análisis permanente sobre el futuro de las pensiones, *Cinco Días* organizó la **V Jornada Planes de Pensiones en España**, en esta ocasión con el lema **Feliz longevidad, un desafío para el ahorro a largo plazo**.

El periódico inició con éxito en 2019 el nuevo formato **tech talk** para examinar las tendencias tecnológicas en áreas innovadoras, como el **big data**, la inteligencia artificial, la realidad aumentada y el **cloud**, así como nuevos enfoques tecnológicos de actividades tradicionales como la asesoría legal.

El diario ha mantenido abierta la tribuna sobre la actualidad económica y empresarial con los **Desayunos de Redacción Cinco Días**, un formato en el que se dedica atención especial a las novedades y a la responsabilidad social y sostenibilidad en las compañías.

La duodécima edición de los Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial se celebró el 26 de junio en una ceremonia en la que el presidente de la CNMV, Sebastián Albella, desveló los planes de futuro del supervisor. La clausura corrió a cargo la prestigiosa científica Margarita Salas, lamentablemente fallecida en noviembre, quien disertó sobre sus logros en investigación.

EL HUFFPOST

El HuffPost ha culminado 2019 como uno de los diarios *online* de referencia para los españoles, pues se ha mantenido entre los **cinco medios nativos más leídos**. Para ello, se puso especial hincapié en la cobertura de cuestiones de ámbito político nacionales e internacionales. Con ello, se ha hecho merecedor de varios premios, entre ellos el de Periodismo de Ciudades Iberoamericanas de Paz. Además, *El HuffPost* en español se ha consolidado como la que mayor número de lectores fieles posee de las 12 ediciones del digital estadounidense en el mundo.



El equipo del HuffPost

2019 ha supuesto, también, el lanzamiento de una nueva sección: **Life**, una revista de tendencias y estilo de vida en la que se publican textos de largo recorrido, más cuidados y con la ambición de marcar o poner de manifiesto las nuevas tendencias del hombre y la mujer del siglo XXI en cuestiones de estilo, moda, ocio, salud y cultura. Aspira a atraer a aquel lector que, además de la actualidad, quiere un medio que le cuente de una forma entretenida y cuidada cómo es el mundo en el que vivimos. Por añadidura, *Life*, gracias a las temáticas que aborda, nace con la vocación de atraer a nuevos anunciantes.

2019, en definitiva, representa un año de consolidación marcado por la rentabilidad del proyecto y el aumento de su relevancia como medio que tener en cuenta para informarse todos los días de lo que ocurre en España y en el mundo.

FACTORÍA PRISA NOTICIAS

Factoría PRISA Noticias continúa incorporando proyectos y clientes. En 2019 volvió a ganar el concurso de Renfe para la realización de la revista **Club+Renfe**, que se distribuye en los trenes AVE. Es un proyecto 360° que incluye, además, versiones digitales en html y aplicaciones para móviles.

A finales de 2019 Factoría PRISA Noticias ganó el concurso de Air Europa para la realización de la revista **Europa** y los contenidos digitales de su web desde el año 2020, lo que la consolida como líder en el segmento de publicaciones de viajes en España.

Como especialistas en *marketing* de contenidos, en 2019 comenzó a crear la estrategia de contenidos y redes sociales de la compañía de seguros Caser, para la cual había ya realizado una consultoría sobre la transformación de las redes sociales de la compañía.

El objetivo del área es seguir creciendo y liderando la creación de estrategias de contenido multicanal para marcas.

PRISA RADIO

LÍDERES DE LA RADIO EN ESPAÑA

Las marcas radiofónicas de la Cadena SER han liderado, un año más, la radio española, y también han registrado cifras récord en consumo digital. Cadena SER finalizó 2019 como líder absoluto de la radio hablada. LOS40 renovó su liderazgo, y es de nuevo la marca radiofónica de entretenimiento número 1 en España, seguida de Cadena Dial, la segunda radio musical más escuchada.

2019 ha sido un año de grandes cambios para las emisoras de la SER. Se ha innovado en contenidos, se ha incorporado nuevo talento tanto en la antena como en las áreas comerciales y digitales, y se han abierto nuevas vías de distribución de contenidos y desarrollado nuevos formatos de eventos. Todo ello, manteniendo siempre el compromiso con la audiencia de ofrecer la mejor información, el deporte, el entretenimiento y la música a través de una potente red de emisoras, aplicaciones móviles, contenido *on-demand* y eventos.

CAMBIOS DE PROGRAMACIÓN, NUEVAS VOCES Y MÁS HUMOR EN LA CADENA SER

En septiembre, la Cadena SER presentó la programación para la temporada 2019-2020, con grandes novedades y una revolución en sus programas informativos: **Hoy por hoy** se unificaba bajo la dirección de Àngels Barceló, y Pepa Bueno se situaba al frente del emblemático **Hora 25**.



Las periodistas Angels Barceló y Pepa Bueno

También se producían cambios en la dirección de tres secciones claves para la nueva etapa: Nieves Goicoechea, al frente de Política; Pepa Blanes, al frente de Cultura; y Javier Ruiz, en Economía.

En 2019, la Cadena SER ampliaba su oferta de humor con la incorporación de nuevos programas: **La lengua moderna**, presentado por Valeria Ros y Quequé;



Buenismo bien, por Manuel Burque y Quique Peinado; **Si sí o si no**, con Jorge Ponce y Bob Pop; y **El Grupo**, con Silvia Abril y Toni Acosta.

LÍDER ABSOLUTO DEL 'RANKING' DE CONSUMO DIGITAL DE RADIO

En diciembre, [cadenaser.com](https://www.cadenaser.com) volvía a batir su propio récord al conseguir su mejor dato de la historia en ComScore, con 8.883.000 usuarios únicos, una media mensual anual de 17.395.845 de audios bajo demanda y 21.031.593 de reproducciones de vídeo en plataformas y redes sociales.

LOS40 SIGUE CRECIENDO

Tras la llegada en 2018 de LOS40 Classic, emisora musical basada en los grandes éxitos históricos de LOS40, en octubre Máxima FM se transformaba en **LOS40 Dance**. La nueva emisora se incorporó así al proyecto de radio musical más importante que abraza los éxitos de diferentes estilos y culturas musicales. En 2020, se completará con la transformación de KeBuena en **LOS40 Urban**.



Entrega del galardón a Aitana en la Gala LOS40 Music Awards

La expansión de la marca LOS40 también se refleja en los buenos resultados de sus eventos. La repercusión de LOS40 Music Awards 2019 registró una audiencia acumulada, según Kantar Media, de 893 millones, y el Festival LOS40 Primavera Pop de 85 millones. Este éxito vino dado por la participación de artistas internacionales y nacionales de primer nivel, como Rosalía, Ava Max, Pablo Alborán, Aitana, Jonas Brothers, Manu Carrasco o Laura Pausini, entre otros.

Más allá de ofrecer entretenimiento, el compromiso de LOS40 con la causa medioambiental ha sido uno de los principales hitos de este año con la campaña **Únete contra el cambio climático, #IDo**. Durante todo el año se llevaron a cabo iniciativas para cuidar las costas y los océanos, fomentar un consumo sostenible y responsable, y proteger a los animales en peligro de extinción, por lo que impacta en varios Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU. Más de 70 medios de comunicación se hicieron eco de esta campaña, seleccionada como buena práctica por la Red Española del Pacto Mundial y que, desde su arranque, ha llegado a más de 60.000 jóvenes asistentes a nuestros eventos y a casi dos millones de usuarios en redes sociales. Además, más de 60 artistas se han sumado al compromiso de LOS40 por la lucha contra el cambio climático.

También destaca la apuesta que LOS40 Music Awards 2019 realizó por la cultura urbana. El artista Okuda San Miguel creó la imagen del evento, bajo el lema: "La música está en la naturaleza".

En diciembre, [los40.com](https://www.los40.com) registró su mejor dato con 3.214.000 usuarios únicos, y se consolidó como líder de la radio musical en Internet.

DIAL, UNA MARCA ATRACTIVA, FEMENINA, Y COMPROMETIDA

2019 ha sido el año de Dial. Su nueva identidad de marca se presentaba en el evento **Vive Dial** con el apoyo de los mejores artistas del panorama musical en español. El diseño se suma a los cambios en la emisora a lo largo del año: la incorporación de nuevas voces, como la de Luis Larrodера al programa más escuchado de la cadena, **Atrévete**; eventos, como **Únicas Dial 2019**, un concierto exclusivo

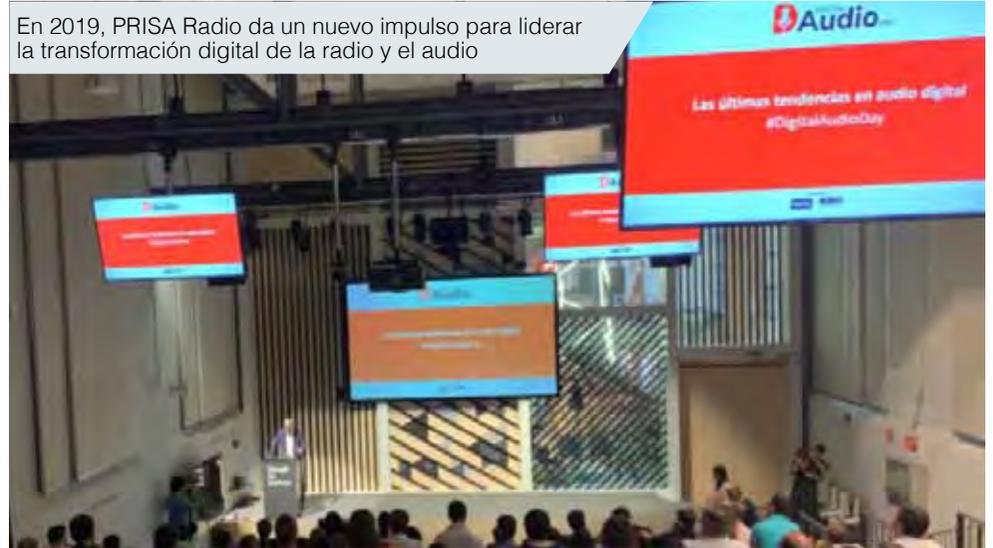


de mujeres artistas, además del lanzamiento de su nueva *app* o la incorporación a la parrilla de nuevos programas.

Esta evolución de la marca también se vio reflejada en su estrategia de responsabilidad social con la campaña **Sé Dial**. La iniciativa arrancó en 2018 como contribución al ODS 5, igualdad de género. Para ello, tanto en antena como en redes sociales, ha llevado a cabo acciones con motivo del Día de la Mujer 2019, Premios Dial 2019 (en los que parte de la recaudación fue destinada a FAMAL, ONG de Tenerife para proyectos de Igualdad); Carreras de la Mujer 2019 o Vive Dial 2019 (en que parte de la recaudación se destinó a Mensajeros de la Paz para proyectos destinados a mujeres desfavorecidas).

RADIOPLAYER, ACUERDO DE LAS GRANDES RADIOS

En 2019, el acuerdo entre las grandes radios españolas ha posibilitado la puesta en marcha de Radioplayer, un agregador de radios gratuito con alta calidad de sonido avalado por los líderes del sector.



En 2019, PRISA Radio da un nuevo impulso para liderar la transformación digital de la radio y el audio

DIGITAL AUDIO DAY, EL EVENTO DE AUDIO DIGITAL ORGANIZADO POR LA SER

En junio, Cadena SER organizó en colaboración con el IEBS Business School su primer evento **Digital Audio Day**, donde expertos en audio digital presentaron a periodistas, anunciantes y centrales de medios las claves del éxito del audio en los negocios digitales. El evento se realizó en el Google for Startups Campus y contó con la participación de profesionales de la SER, Google y Amazon, entre otros.

PRISA Radio afrontó un ambicioso plan que tiene como objetivo la transformación del medio radiofónico en el ámbito digital. El proyecto apuesta por el audio como formato principal y el desarrollo de nuevas comunidades de oyentes.

En 2019, se han lanzado numerosas aplicaciones con el audio como protagonista en productos como WRadio, y Radioactiva en Colombia o KeBuena en México. Se han actualizado y estandarizado los *players* musicales de las diferentes marcas de LOS40 en España, Colombia, Argentina, México, Chile, Paraguay, Panamá, República Dominicana y Costa Rica, así como de otras emisoras musicales: Tropicana, Oxígeno y Radioactiva en Colombia; KeBuena y Vox FM

en México; o FM Dos, Corazón y Futuro en Chile. También se ha realizado una apuesta por productos específicos para el consumo de audio en altavoces inteligentes: aplicaciones y *skills* para Alexa, fundamentalmente, para todos los productos de audio de España. Además, se ha ampliado la oferta de *streaming*, de pódcast y de los canales digitales.

La innovación ha llevado a PRISA Radio a trabajar de la mano de Google en una línea de personalización de audio, con la puesta en marcha del proyecto **Tailor-cast**, motor de recomendación de audio en tiempo real.

Además, en los últimos años, la marca se ha erigido como referente en producción de contenidos de audio originales para las plataformas digitales gracias al impulso de Podium Podcast, que en 2019 pasó a denominarse **Podium Studios** y amplió su rol de productora *premium* de contenidos de audio.

CARACOL RADIO E IBEROAMERICANA DE RADIO, LAS COMPAÑÍAS RADIOFÓNICAS LÍDERES EN COLOMBIA Y CHILE

En 2019, las emisoras de PRISA Radio en Latinoamérica se han mantenido como líderes del mercado radiofónico, y han sido, un año más, un referente radiofónico de carácter global en el mundo de habla hispana desarrollando numerosas iniciativas y apostando por la innovación digital.



En Colombia, el periodista de Caracol Radio Luis Enrique Rodríguez, redactor de la sección Ciudades del servicio informativo, fue galardonado por la Fundación Gabo como el mejor editor de Colombia. Rodríguez realiza el programa semanal **Al campo**, enfocado en destacar los hechos del sector agropecuario de Colombia y promover prácticas de responsabilidad ambiental y generación de empleo para los campesinos.

Caracol Radio y su programa **Hora 20** desarrollaron un proyecto en Puerto Colombia para crear conciencia local y nacional sobre la necesidad de reconstruir el muelle y recuperar las zonas aledañas. Puerto Colombia fue, en el siglo pasado, la conexión de Colombia con el mundo, pues por allí llegaron gran parte de los adelantos, incluido el fútbol, y fue el generador de comercio marítimo por excelencia.

Caracol Radio también impulsó su negocio de eventos. En este contexto, en abril gestionó la muestra gastronómica **Sabores Colombia**, en colaboración con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el Fondo Nacional de Turismo y la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica. Tuvo lugar en el marco de la Feria del Libro de Bogotá y permitió dar a conocer con gran éxito de público la gastronomía de las nueve regiones de Colombia. Al frente estuvo Leo Espinosa, la chef más importante del país, que regenta el único restaurante colombiano en el listado de los 100 mejores restaurantes del mundo, y el mejor posicionado en los 50 mejores de América Latina.

Durante noviembre y diciembre, Caracol Radio organizó la **Cumbre Energética Colombiana**, un proyecto de contenidos sobre energía renovable apoyado por el Ministerio de Energía, Ecopetrol y Naturgas. Su objetivo era destacar los esfuerzos que se están haciendo en materia de energía renovable y visibilizar el impacto en las comunidades locales. La acción se desarrolló durante dos meses en programas locales de Neiva, Medellín, Cali y Bucaramanga, y con un foro en la Cámara de Comercio de Bogotá.

En el último trimestre del año, en colaboración con la Secretaría de Salud de Bogotá, se desarrolló el programa semanal **Conversaciones W**, cuyo objetivo era brindar asistencia a personas con problemas asociados a la depresión.

En Chile, Iberoamericana presentó en marzo su programación del año ante clientes y agencias de medios para dar a conocer los nuevos rostros de sus estaciones: Rafael Araneda (Pudahuel), DJ Pape (Radioactiva), Eliza Zulueta, Claudia Álamo y Andrés Vial (Concierto); Iván Núñez y Fernanda Hansen (Imagina), Claudio Borghi, Claudio Palma y Patricio Cuevas (Futuro) y Aldo Schiappacasse (ADN), entre otros. También en marzo, la emisora Futuro lanzaba **Futuro Fútbol Club**, un programa dedicado al fútbol con importantes rostros como Claudio Borghi (ex campeón del mundo y ex entrenador de la selección chilena) y Claudio Palma (el locutor más importante del país).

Las emisoras musicales Rock&Pop, Futuro y LOS40 fueron radios oficiales del Festival Lollapalooza, celebrado en Chile, con cobertura del evento y retransmisión en vivo de las actuaciones de artistas como Rosalía, Arctic Monkeys y Lenny Kravitz.

En agosto, IARC organizó la octava edición del Festigame Fanta 2019, la feria *gamer* más grande de Chile, que reúne a las principales marcas de videojuegos y las últimas novedades de este mercado. LOS40 fue la radio oficial, y realizó una cobertura especial del evento, además de retransmisiones en directo de todos sus programas.

Como cierre del año, ADN recibía el *Premio Medio de Comunicación 2019* de la Fundación Iguales, por su compromiso con la diversidad sexual y de género, pero también por haber construido un espacio para la difusión del feminismo a través de su programa **Agenda de género**, donde se reivindica el rol de la mujer en la sociedad.



MEDIA CAPITAL

2019 ha sido el año en que TVI culminó el paso de sus emisiones a alta definición. Ahora, todos los canales de la emisora en Portugal emiten en HD.

La cobertura diaria alcanzó un promedio de 3,8 millones de personas (2,6 millones en horario *prime time*). Entre los programas punteros, destacan ***Pesadelo na Cozinha***, *Valor da Vida*, *The Web*, *Dance with the Stars* y *Jornal das 8*.

En el segmento de informativos, ***Jornal das 8*** consiguió un promedio de audiencia de 821.000 espectadores (18,6% *share*), en un año marcado por la presencia de Ricardo Araújo Pereira con la sección humorística del informativo, titulada ***Gente que Não Sabe Estar***, líder con más de un millón de espectadores.

2019 marcó el regreso a antena de *Pesadelo na Cozinha* de TVI. En su tercera edición volvió a liderar, y confirmó la preferencia del público portugués por este formato. El programa, presentado por el chef Lubomir Staniscic, obtuvo una audiencia promedio de más de 1,15 millones de espectadores (23,4% de *share*), que superó ampliamente a la competencia y le permitió ser líder absoluto por tercer año consecutivo.



Dancing with the Stars también logró excelentes resultados al obtener una audiencia promedio de más de 1,16 millones espectadores.

El canal de información 24 horas TVI24 terminó el año como el décimo más visto del país: 1,4 millones de espectadores conectaron el canal diariamente (lo que supone una audiencia promedio diaria de 30.000 espectadores). Además, 22 de los 25 programas más vistos entre los tres canales de noticias por cable portugueses son de TVI24. Los *post matches* de la Champions League han sido bastante importantes para este resultado.

Plural Entertainment mantiene su posición como una de las mayores productoras audiovisuales de la Península Ibérica, y destaca en el área de ficción y entretenimiento en portugués. En 2019 fue elegida de nuevo como mejor productora de televisión en Portugal en los premios Meios e Publicidade.

Media Capital Rádios es una vez más el grupo de radio más escuchado, y en 2019 obtuvo un nuevo resultado histórico. En el promedio de las cinco aperturas de audiencias publicadas a lo largo del año, las radios de Media Capital Group registraron una audiencia del 36,5%, líder por tercer año consecutivo.

De ellas, Rádio Comercial tuvo una audiencia promedio del 23%. M80, del 8,9%, lo que la convierte, definitivamente, en la tercera radio a nivel nacional, a pesar de que no tiene una red de cobertura nacional. Cidade FM mantuvo una audiencia promedio del 3,25%, y solo fue superada por las radios regionales y nacionales. A lo largo de 2019, los datos de la audiencia continuaron mostrando el excelente rendimiento de los formatos explorados por MCR. Por lo tanto, Media Capital Rádios es una vez más el grupo de radio más escuchado y obtuvo un nuevo resultado histórico.

PRINCIPALES MAGNITUDES

Ingresos de explotación

Ingresos de explotación por orden geográfico

	2019		2018	
	Millones €	CONTRIBUCIÓN	Millones €	CONTRIBUCIÓN
España	508	46%	513	47%
Internacional	587	54%	586	53%
Brasil	195	18%	171	16%
México	91	8%	85	8%
Colombia	92	8%	95	9%
Chile	54	5%	56	5%
Argentina	27	2%	46	4%
Perú	25	2%	25	2%
CAN ¹	29	3%	28	3%
CAS ²	10	1%	10	1%
Ecuador	21	2%	21	2%
República Dominicana	14	1%	9	1%
Puerto Rico	5	0%	8	1%
Uruguay	2	0%	2	0%
Bolivia	7	1%	6	1%
Paraguay	2	0%	2	0%
Venezuela	1	0%	1	0%
EEUU	4	0%	18	2%
Portugal	4	0%	4	0%
Otros y ajustes	4	0%		
TOTAL	1.096	100%	1.099	100%

Ingresos por unidad de negocio

	2019		2018	
	Millones €	CONTRIBUCIÓN	Millones €	CONTRIBUCIÓN
Educación	628	57%	601	55%
Radio	274	25%	288	26%
Prensa	211	19%	221	20%
Otros y ajustes	-17	-1%	-11	-1%
TOTAL	1.096	100%	1.099	100%

¹ CAN: Guatemala, El Salvador y Honduras.

² CAS: Costa Rica, Panamá y Nicaragua

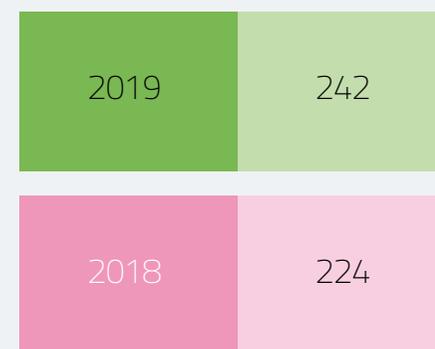
EBITDA por origen geográfico

	2019		2018	
	Millones €	CONTRIBUCIÓN	Millones €	CONTRIBUCIÓN
España	81	33%	65	29%
Internacional	162	67%	158	71%
Brasil	50	21%	43	19%
México	23	10%	16	7%
Colombia	23	10%	23	10%
Chile	19	8%	17	8%
Argentina	4	2%	16	7%
Perú	4	2%	5	2%
CAN ¹	11	5%	11	5%
CAS ²	2	1%	3	1%
Ecuador	6	3%	7	3%
República Dominicana	7	3%	3	1%
Puerto Rico	1	0%	3	1%
Uruguay	0	0%	1	0%
Bolivia	3	1%	3	1%
Paraguay	0	0%	0	0%
Venezuela	0	0%	0	0%
EEUU	0	0%	7	3%
Portugal	2	1%	0	0%
Otros y ajustes	5	2%	-1	0%
TOTAL	242	100%	224	100%

EBITDA reparto por UN

	2019		2018	
	Millones €	CONTRIBUCIÓN	Millones €	CONTRIBUCIÓN
Educación	175	72%	165	74%
Radio	63	26%	64	29%
Prensa	12	5%	6	3%
Otros y ajustes	-9	-3%	-11	-6%
TOTAL	242	100%	224	100%

EBITDA millones de euros



Fuente: datos internos

Cifras ajustadas de efectos extraordinarios (sentencia Mediapro en 2019 y NIIF16 en 2018)

¹ CAN: Guatemala, El Salvador y Honduras.² CAS: Costa Rica, Panamá y Nicaragua.

SANTILLANA

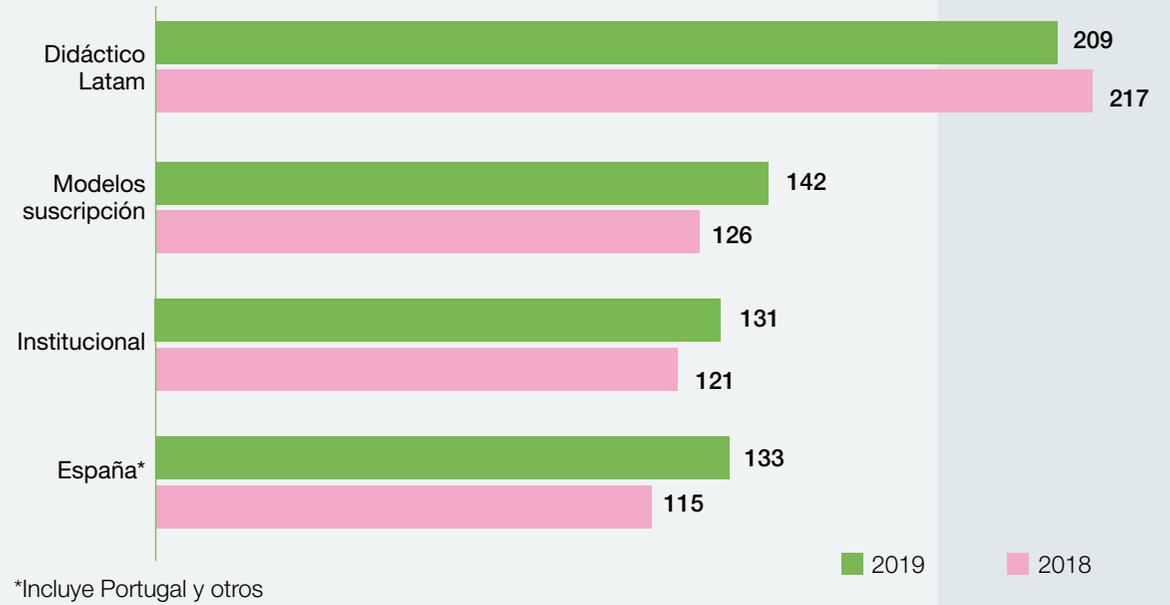
Venta por origen geográfico

En millones de euros

	2019	2018
España	129,4	111
Brasil	192,3	168,7
México	88,0	81,4
Colombia	35,3	32,2
Argentina	23,1	34,3
Chile	27,7	31,7
Perú	25,0	24,4
Venezuela	0,8	0,5
Portugal	4,2	3,6
Resto América	89,9	90,8
TOTAL	615,7	578,7

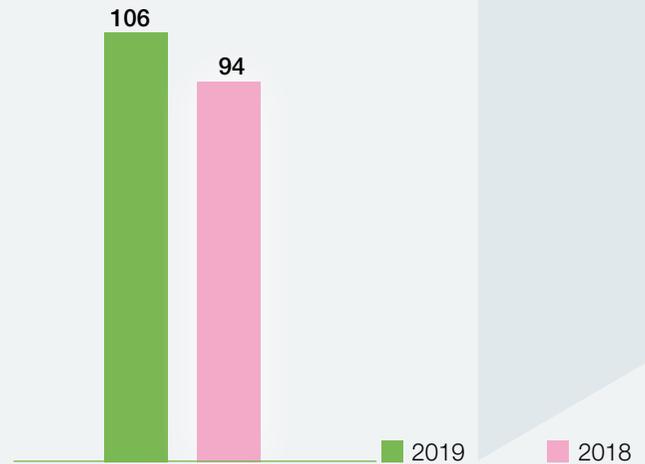
Venta por línea de actividad

En millones de euros



Libros vendidos al año

En millones de ejemplares



Alumnos y colegios

Alumnos

	2019	2018
Sistemas flexibles	946.822	875.015
Sistemas integrales	327.391	289.918
Sistemas disciplinarios	160.951	68.893
TOTAL	1.435.164	1.233.826

Colegios

	2019	2018
Sistemas flexibles	2.484	2.324
Sistemas integrales	1.030	968
Sistemas disciplinarios	486	131
TOTAL	4.000	3.423

Usuarios Learning System

	2019
Sistemas flexibles	1.216.456
Sistemas integrales	485.692
Sistemas disciplinarios	162.313
TOTAL	1.864.461

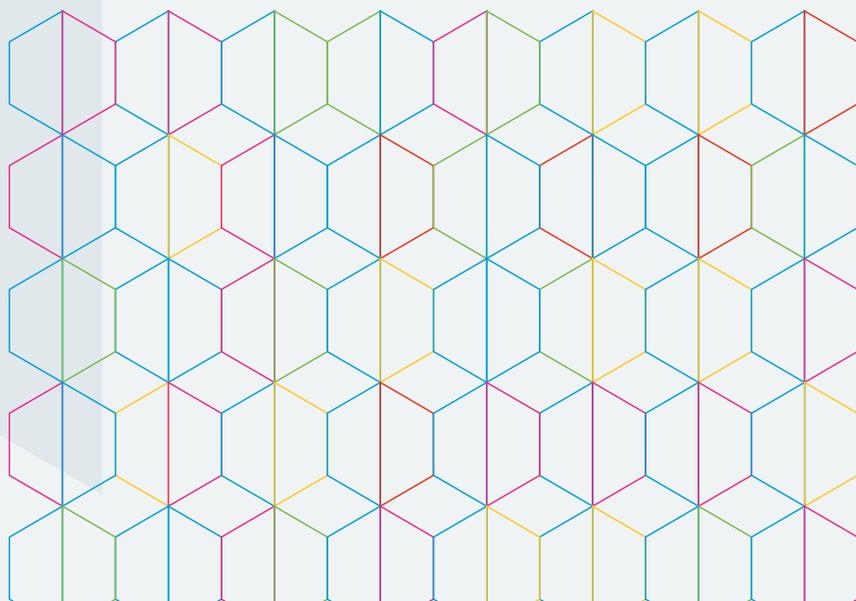
Número de países	Sistemas flexibles	15	Argentina, Bolivia, Brasil, Centroamérica norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), Costa Rica, Panamá, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, República Dominicana y Uruguay
	Sistemas integrales	3	Brasil, Colombia y México
	Sistemas disciplinarios	11	Brasil, Centroamérica norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), Costa Rica, Panamá, Colombia, Ecuador, México, Perú, República Dominicana

PRISA RADIO

Audiencia radio por países

En miles de oyentes

	Posición MDO	Cuota audiencia	Oyentes	Fuente
España	1	39%	9.436	EGM enero-diciembre 2019
Latinoamérica			11.887	
Chile	1	40%	2.855	IPSOS enero-diciembre 2019
Colombia	1	26%	6.803	ECAR noviembre 2018 / octubre 2019
México	3	16%	1.548	INRA enero-diciembre 2019
Argentina	5	12%	681	IBOPE enero-diciembre 2019
Portugal	2	36%	2.341	Baremo Radio Olas en-dic 2019
TOTAL sin Portugal			21.323	



Radio en España

EGM 3.ª ola 2019. En miles de oyentes

	Oyentes 2019
Cadena SER	4.148
LOS40	2.839
Cadena Dial	2.109
LOS40 Dance	115
M80	504
Radiolé	454
Ke Buena	64
TOTAL	9.654*

	Oyentes 2019	Cuota
SER	4.148	34,9%
Cope	3.124	26,3%
Onda Cero	1.831	15,4%
RNE	1.178	9,9%
TOTAL oyentes generalistas	11.870*	

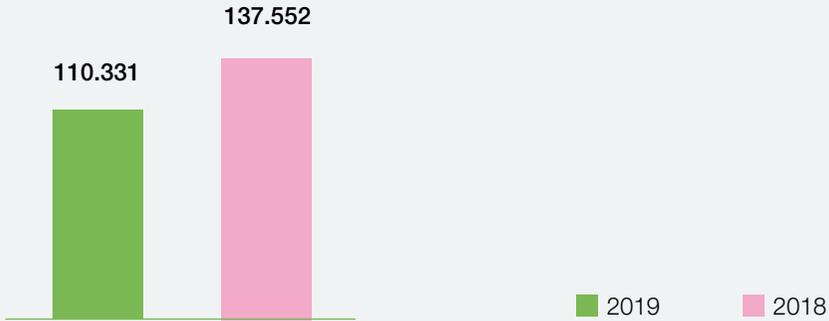
	Oyentes 2019	Cuota
PRISA RADIO	5.821	43,1%
LOS40	2.839	21,0%
Cadena Dial	2.109	15,6%
LOS40 Dance	115	0,9%
LOS40 Classic	504	3,7%
Radiolé	454	3,4%
Ke Buena	64	0,5%
Cadena 100	2.104	15,6%
Europa FM	1.281	9,5%
Rock FM	1.107	8,2%
Kiss FM	924	6,8%
TOTAL oyentes musical	13.494*	

*Oyentes netos sin duplicaciones

PRISA NOTICIAS

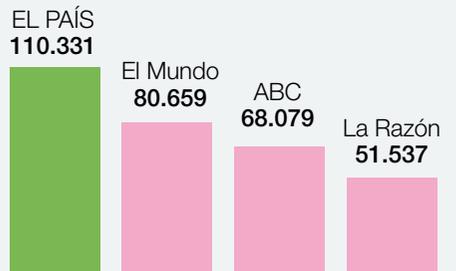
Difusión EL PAÍS

Número de ejemplares



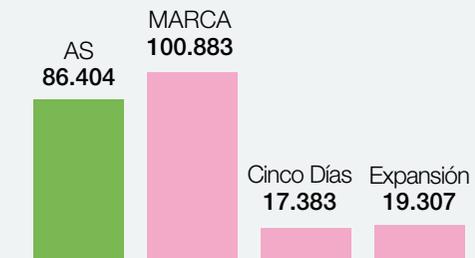
Difusión de los principales diarios de información general

Número de ejemplares 2019
Fuente: OJD

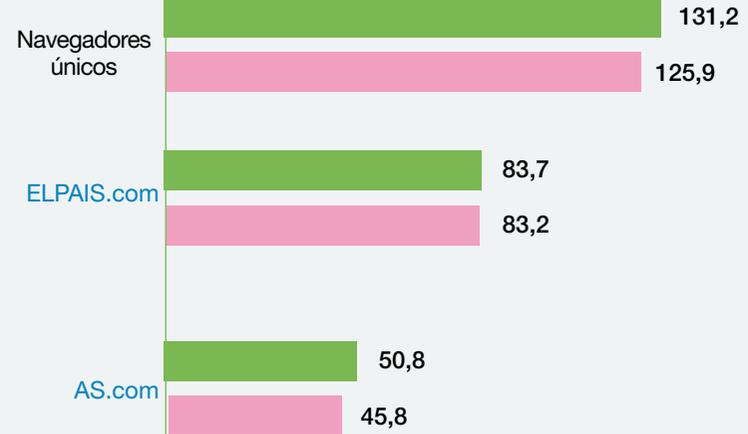


Difusión de los principales diarios deportivos y económicos

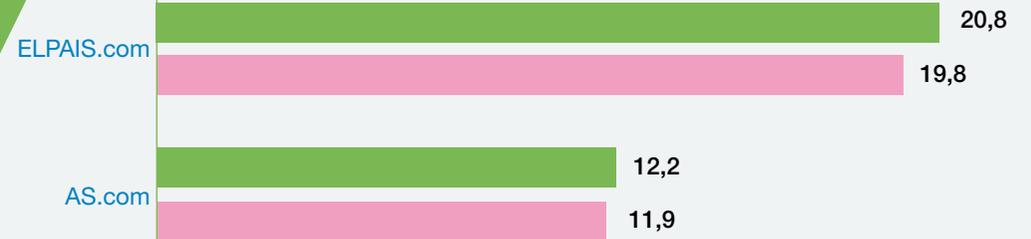
Número de ejemplares 2019
Fuente: OJD



Navegadores y usuarios multiplataforma PRISA Noticias



Millones de navegadores únicos. Promedios
Fuente: Omniture



Total movilidad PC + móvil España (Multiplataforma España)
Promedios. Millones de UU
Fuente: Comscore



Promedio mensual. Millones de UU
Fuente: datos internos

PRISA NOTICIAS

Navegadores únicos por origen geográfico

Miles

	2019	2018
España	64.038	64.882
Latinoamérica	53.120	49.749
EEUU	6.027	6.623
Otros países	7.484	4.690
TOTAL	131.230	125.946

Composición de tráfico

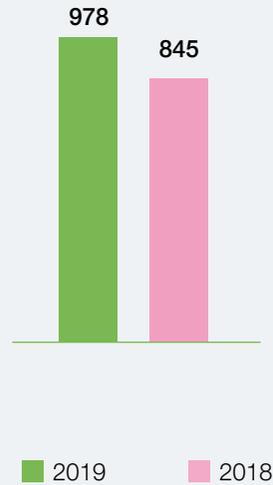
Reparto por origen %

	2019		2018	
		CONTRIBUCIÓN		CONTRIBUCIÓN
Marca	100.585.270	35%	91.550.837	35%
SEO Keyword	108.711.077	38%	100.297.585	38%
Redes sociales	61.641.508	22%	49.616.502	19%
Otros	14.466.417	5%	21.687.566	8%
TOTAL	285.404.272	100%	263.152.490	100%

Fuente: Omniture

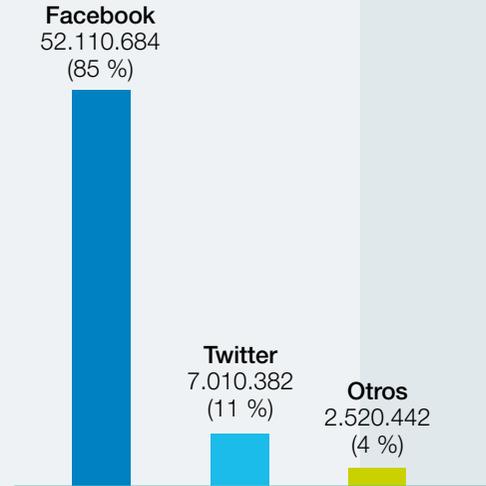
Inicios de vídeos

Millones



Número de instancias

Año 2019



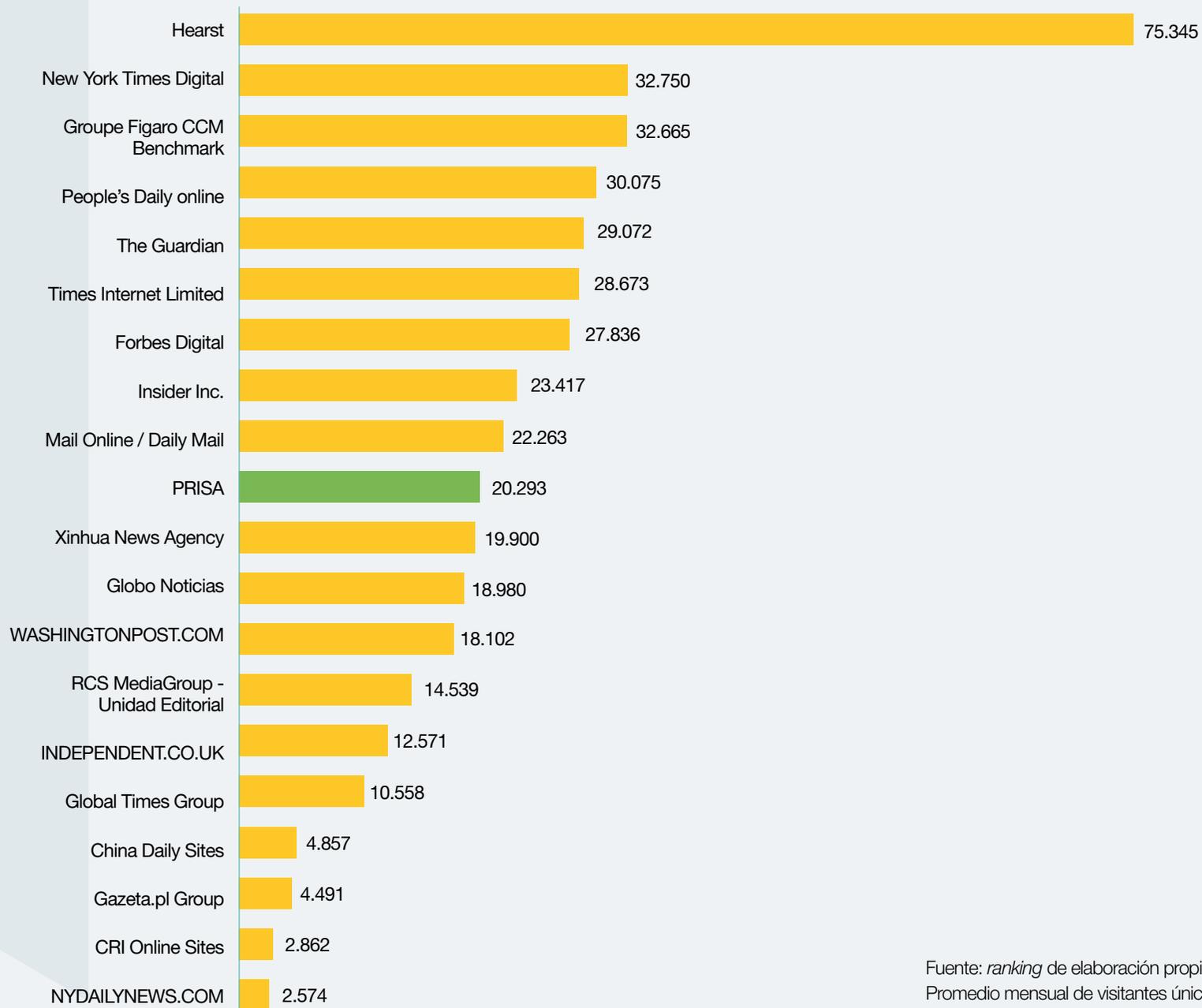
MEDIA CAPITAL

Televisión Portugal

Enero-diciembre 2019

	24 h	prime time
Grupo TVI	18,5 %	21,4 %
Grupo SIC	23,6 %	25,6 %
Grupo RTP	17,6 %	17,7 %
Otros	40,3 %	35,4 %

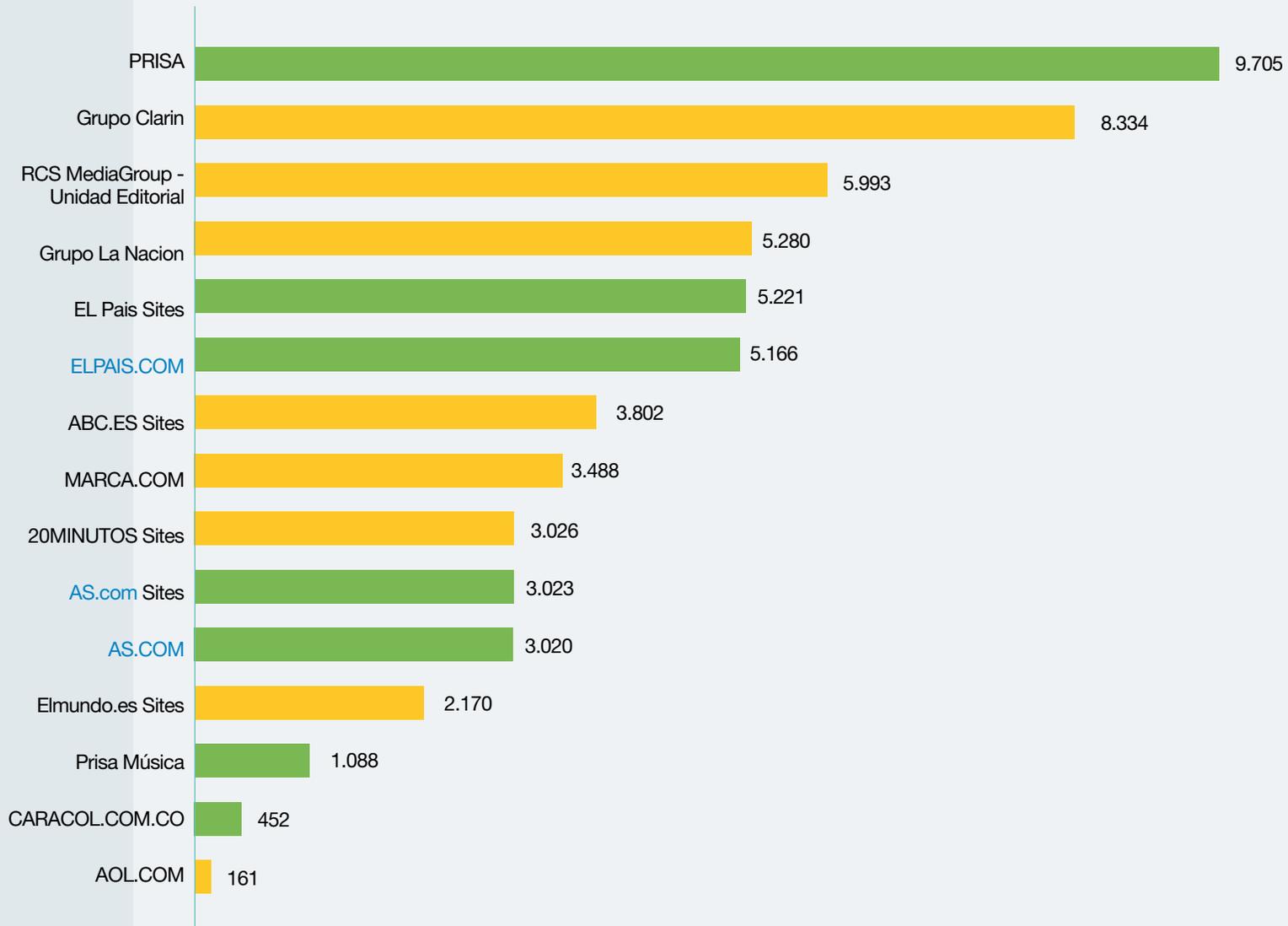
Audiencia de sitios de información (miles de usuarios únicos) Mundial



Fuente: *ranking* de elaboración propia a partir de datos de Comscore. Promedio mensual de visitantes únicos de 2019. **Worldwide PC.**

Audiencia de sitios de información (miles de usuarios únicos)

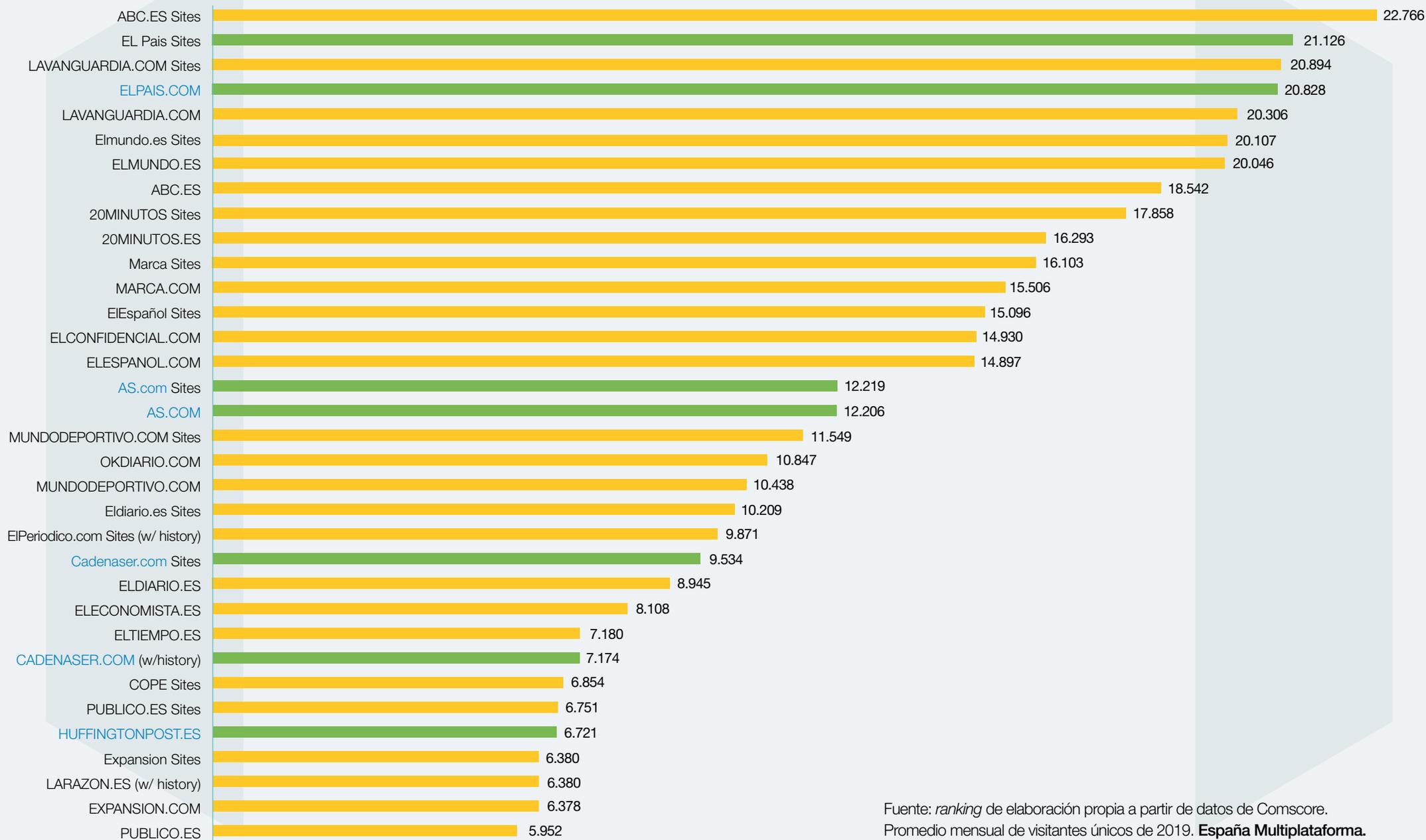
Latinoamérica



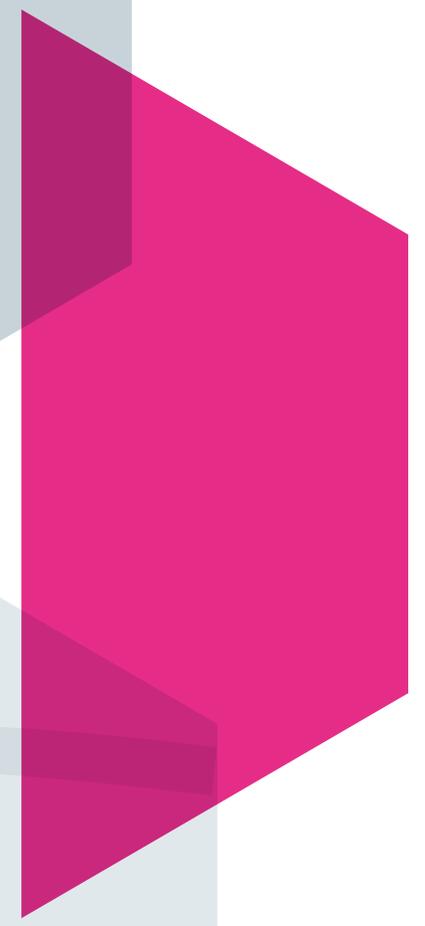
Fuente: *ranking* de elaboración propia a partir de datos de Comscore.
 Promedio mensual de visitantes únicos de 2019. **Latam (without Brazil). PC.**

Audiencia de sitios de información (miles de usuarios únicos)

España



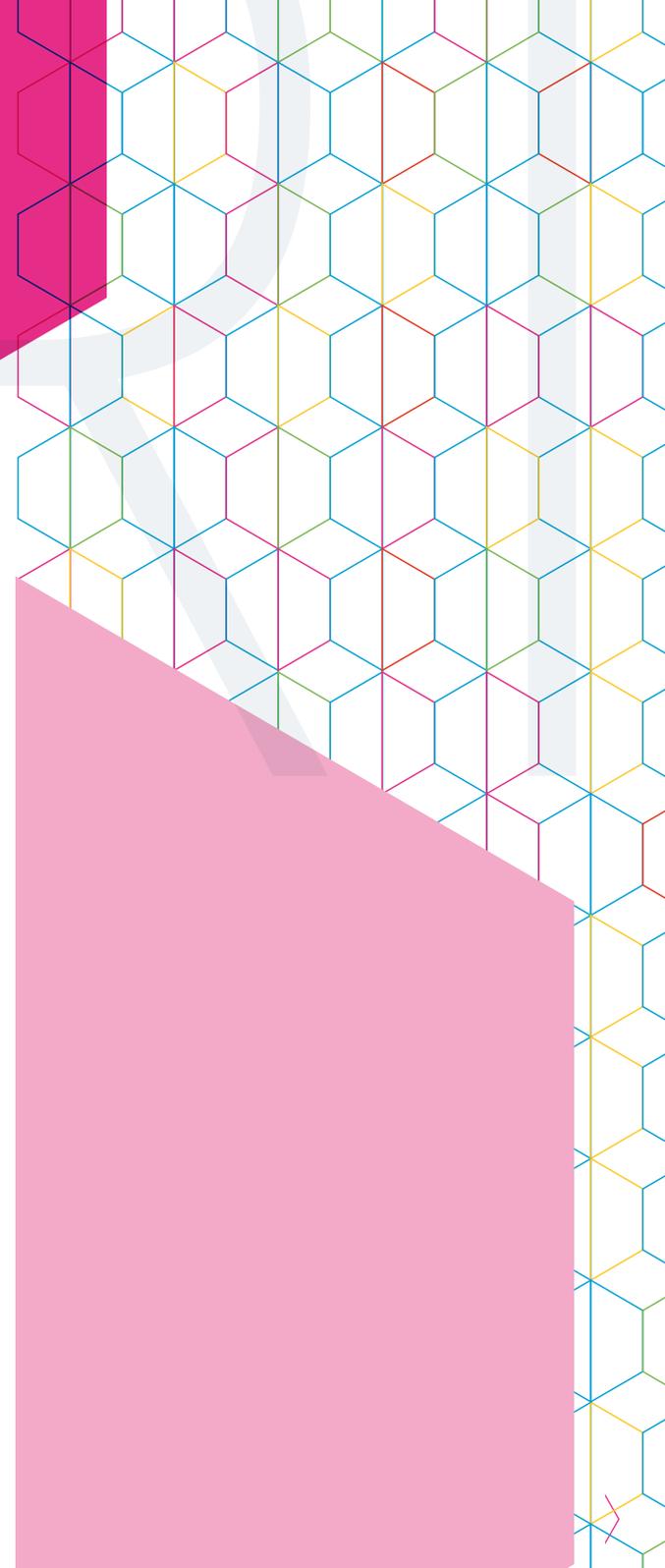
Fuente: *ranking* de elaboración propia a partir de datos de Comscore.
Promedio mensual de visitantes únicos de 2019. **España Multiplataforma.**





2

La sostenibilidad en PRISA



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

El propio ejercicio de la actividad empresarial de PRISA supone una contribución al desarrollo y al progreso de las personas y de la sociedad al ofrecer educación de calidad e información veraz, independiente y responsable.

La educación es el primer paso para conseguir la sociedad que queremos. Una sociedad más diversa, más equitativa, que cree en la igualdad entre mujeres y hombres y la hace real; una sociedad más responsable en su relación con el medioambiente. La educación tiene que acompañar e impulsar esta evolución. Por eso es primordial en la apuesta del Grupo.

Hoy vivimos rodeados de noticias, pero recibir noticias y estar informados son cosas distintas. El propósito de los medios de comunicación de PRISA es crear un espacio común para comprender el mundo ofreciendo el contexto de los hechos con información objetiva.

La educación y la información son dos actividades diferenciadas que acompañan a las personas en su vida y que convergen en una misma responsabilidad social.

La **Política de Responsabilidad Social Corporativa de PRISA**, aprobada por su Consejo de Administración, establece el marco de referencia para garantizar un comportamiento responsable. (Disponible en la web corporativa de PRISA, www.prisa.com)

PRISA está comprometida con la educación y la información porque esa es la forma en la que podemos contribuir al desarrollo cultural de las personas y al progreso de la sociedad.

El Grupo asume esta responsabilidad no solo en el modo de gestionar sus negocios, sino también a través de sus contenidos y actividades, con el fin de sensibilizar, impulsar y difundir el conocimiento.

PRISA está comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), una iniciativa universal promovida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), enmarcada en la Agenda 2030, sobre desarrollo sostenible.

Esta iniciativa busca erradicar la pobreza, cuidar el planeta y garantizar la paz y prosperidad de todas las personas. En la agenda se establecen 17 ODS que abarcan desde el hambre y la seguridad alimentaria hasta el crecimiento económico y el cambio climático.

PRISA es consciente del papel fundamental que tienen todas las empresas en la consecución de la Agenda 2030, y en el desarrollo de su actividad impacta de una manera u otra en los ODS.

Como muestra de ello, es socio de la Red Española del Pacto Mundial, que tiene el mandato de la ONU de trabajar los ODS con el sector privado. Forma parte de su comité ejecutivo, y apoya activamente todas sus iniciativas para impulsar la Agenda 2030. Además, está comprometida con los diez principios con que esta organización global promueve los derechos humanos, la lucha contra la corrupción, los derechos laborales y el cuidado del medioambiente.

La relación de PRISA con sus grupos de interés es clave en su ejercicio de responsabilidad social, y es muy importante el diálogo que mantiene con ellos a través de diferentes canales de comunicación.

DIÁLOGO Y COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

A

ACCIONISTAS E INVERSORES

Accionistas de referencia, inversores institucionales, accionistas minoritarios, analistas

Juntas de accionistas, Comisión Nacional de Mercado de Valores (CNMV), web corporativa, Departamento de Relación con Inversores y Oficina de Atención al Accionista (reuniones con accionistas e inversores, *conference call* de resultados, buzones electrónicos, teléfono y otros canales de comunicación).

E

EMPLEADOS

Newsletters, intranet, blog, comunicados internos, comités sindicales, canal de denuncias interno, buzón de sugerencias, reuniones de resultados, etc.

L

LÍDERES DE OPINIÓN

Notas de prensa, webs, *e-mail*, teléfono, entrevistas, reuniones, redes sociales, etc.

P

PROVEEDORES

Web corporativa, teléfono, contacto directo, congresos, reuniones, *e-mail*, etc.

R

REGULADORES, ADMINISTRACIÓN Y AUTORIDADES

Web CNMV, relaciones institucionales, licitaciones, eventos, etc.

S

SOCIEDAD

Público generalista, ONG, asociaciones, fundaciones, instituciones culturales y educativas

Convenios de colaboración, foros de debate, ferias y eventos, etc.

U

USUARIOS

Lectores, oyentes, comunidad educativa, alumnos, etc.

Webs, *newsletters*, redes sociales, entrevistas, concursos, encuestas, defensor del lector, buzones, atención al cliente, portales educativos, material promocional, etc.

Clientes, anunciantes, agencias de publicidad, sector educativo

Red comercial, webs, teléfono, *newsletters*, material promocional, reuniones con anunciantes y agencias, etc.



Canal de denuncias externo para todos los grupos de interés

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Para la elaboración de este informe se han seguido las directrices del Global Reporting Initiative (GRI), SRS, teniendo en cuenta el análisis de materialidad de PRISA. En él se han identificado los aspectos ambientales, sociales y económicos relevantes para sus grupos de interés y para el Grupo en función de su impacto en la cadena de valor. También se han tenido en cuenta los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en materia de derechos humanos, normas laborales, medioambientales y lucha contra la corrupción, que, además, se han relacionado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible sobre los que impactan.

METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD



ASUNTOS MATERIALES O RELEVANTES

Relación de los **15** asuntos relevantes identificados y clasificados conforme a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)



NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

OBJETIVO

Crear valor para nuestros grupos de interés, liderando la sostenibilidad en los sectores de la comunicación y la educación en lengua española y portuguesa.



ESTRATEGIA

Misión

Contribuir al desarrollo y al progreso de las personas y de la sociedad ofreciendo educación de calidad e información veraz, independiente y responsable.

ECONÓMICO

MEDIOAMBIENTAL

STAKEHOLDERS

Visión

Ser la referencia en educación e información en lenguas española y portuguesa.

ENFOQUE

TRANSVERSAL
E INTEGRAL



DIFERENCIACIÓN

Valores

Personas, independencia, rigor, pluralismo, innovación, igualdad, progreso, sostenibilidad.

SOCIAL

PALANCAS

Gobierno corporativo,
alta dirección.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

EJES



CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS

- Educación
- Prensa
- Radio
- Audiovisual

GESTIÓN RESPONSABLE

- De nuestros accionistas e inversores
- De nuestros profesionales
- De nuestros consumidores, usuarios, lectores y oyentes
- De la transformación digital
- De nuestros proveedores
- Del medioambiente
- Gobierno corporativo
- Cumplimiento y gestión de riesgos

COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

- Patrocinio y alianzas estratégicas
- Actividades sociales
- Impulso del debate
- Promoción de la cultura, el periodismo, la innovación y el deporte



CANALES DE TRANSPARENCIA Y DIÁLOGO

COMUNICACIÓN PROACTIVA

PLANES DE ACCIÓN

ANALÍTICA

INFORMES DE RC

NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS

La misión de PRISA es contribuir al desarrollo y al progreso de las personas y de la sociedad ofreciendo educación de calidad e información veraz, independiente y responsable.

En un mundo en el que cada vez cuesta más distinguir lo que es cierto, donde proliferan las noticias falsas y la desinformación, la labor de los medios de comunicación en la creación y distribución de contenidos se hace cada vez más necesaria. PRISA ofrece diariamente información veraz y de calidad para acompañar a sus lectores y oyentes y ayudarles a comprender la realidad que los rodea.

Para garantizar la veracidad e independencia de las informaciones que publican, así como la calidad de los contenidos, los periodistas del grupo se rigen por las normas contempladas en los libros de estilo de EL PAÍS, AS y Cadena SER. Todos ellos recogen una serie de principios éticos de obligado cumplimiento para todas las redacciones.

El *Libro de estilo* de EL PAÍS fue el primero en ser publicado y ha servido como base para elaborar los dos posteriores. Junto con el Estatuto de la Redacción y la

figura del Defensor del Lector, en la creación de la cual EL PAÍS ha sido un medio pionero, conforman las principales herramientas para garantizar la ética profesional.

El *Libro de estilo* de EL PAÍS obliga a sus periodistas a “subsana los errores cometidos de la forma más rápida y más clara posible”. Añade que “los rumores no son noticia, el periodista transmite a los lectores noticias comprobadas y se abstiene de incluir en ellas opiniones personales”. Prohíbe, además, firmar una información en un lugar en el que no se encuentra el autor, y toda manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica. En relación con los contenidos de opinión, dice el *Libro de estilo* que “no serán retocados, salvo por razones de ajuste o errores flagrantes. Además, “los blogueros gozan de autonomía sobre sus enfoques y su redacción formal”. En cuanto a la independencia periodística, EL PAÍS rechaza cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses.

Tomando como referencia el *Libro de estilo* de EL PAÍS, pero atendiendo a las peculiaridades de su forma-

En un mundo en el que cada vez cuesta más distinguir lo que es cierto, donde proliferan las noticias falsas y la desinformación, la labor de los medios de comunicación en la creación y distribución de contenidos se hace cada vez más necesaria.

to, la Cadena SER publicó en 2017 *En antena*, un compromiso profesional de todas las personas que hacen la radio con su audiencia. Este compromiso se pone de manifiesto de forma expresa en el primer capítulo de este manual: “Los periodistas de PRISA Radio se esfuerzan por presentar una información de interés para sus oyentes y lectores, verificada y completa, que incorpora todos los hechos relevantes para comprender la realidad y omite los irrelevantes”.

Motivado por su rápida expansión, el diario deportivo del Grupo publicó en 2018 el *Libro de estilo* de AS, que, al igual que los anteriores, recoge los principios por los que se han de regir los periodistas de AS en cualquier país en el que se encuentren.

Todo este conjunto de normas contribuyen a que los medios de PRISA presenten diariamente una información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, que ayude a las personas a entender la realidad y a formarse su propio criterio.

Por otro lado, y para reforzar la confianza de los lectores y usuarios, en 2018 EL PAÍS se unió a The Trust Project, junto a otras 20 organizaciones periodísticas. Este proyecto refuerza la transparencia de las empresas de medios de comunicación y proporciona a los lectores herramientas para que decidan si la información proviene de una fuente fiable. Para ello se sirve de una serie de indicadores de confianza que permiten a los lectores reconocer el género de los artículos, quién está detrás o la experiencia del autor.

Los medios de PRISA han puesto en marcha acciones para mejorar la divulgación de contenidos, tanto el acceso como la protección de públicos vulnerables y la toma de decisiones informada por parte de la audiencia.

En este sentido, medios como EL PAÍS, AS o LOS40 son accesibles a través de asistentes de voz de una manera cómoda y rápida. Además, las cadenas musicales de PRISA Radio trabajan para aumentar la cantidad y calidad del contenido con subtítulos, tanto en plataformas propias como externas (YouTube o Facebook) para mejorar la accesibilidad de personas con discapacidad auditiva.

Respecto a la protección de públicos vulnerables y la toma de decisiones informada, el *Libro de estilo* de EL PAÍS recoge una serie de normas que lo regulan:

- *Las noticias relativas a suicidios se tratarán con especial prudencia*
- *En caso de violaciones, los nombres de las víctimas se omiten, al igual que los nombres de los menores*
- *Se informa al lector de si el contenido de un vídeo puede herir su sensibilidad*
- *Las imágenes desagradables solo se publican cuando añadan información*
- *El periodista debe velar por que las fotografías publicadas no dañen la imagen de las personas que aparecen en ellas*
- *Nunca deben utilizarse palabras o frases que resulten ofensivas para la comunidad*
- *Las expresiones vulgares, obscenas o blasfemas están prohibidas. Como excepción, se publican cuando se trate de citas textuales, procedan de una persona relevante y hayan sido dichas en público*

EL PAÍS, además, traduce al chino artículos de gran interés para la comunidad china en España y comienza a publicar noticias adaptadas a lectura fácil para las personas con discapacidad intelectual.

PRISA, principal grupo editorial y educativo en lenguas española y portuguesa en el mundo a través de sus marcas Santillana y Moderna, entiende la educación como un instrumento clave para el desarrollo de los ciudadanos y para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Por eso, además de ofrecer ca-

lidad, innovación y servicio, contribuye a mejorar las prácticas pedagógicas e incentiva el debate sobre el futuro de la educación en toda Iberoamérica.

Todos los contenidos de Santillana, sea cual sea el formato, son editados por profesionales con acreditada experiencia, que siguen unas pautas de estilo para garantizar que los contenidos son

Loqueleo apuesta por la lectura inclusiva abriendo puertas a la comunicación y participación de nuevos lectores.

Santillana contribuye a la formación y capacitación docente a través de seminarios, cursos y talleres dirigidos a la comunidad educativa y que abordan temas como las nuevas metodologías, la digitalización, el liderazgo, etc.

de calidad y que el lenguaje utilizado es claro, inclusivo y respetuoso.

Santillana mantiene acuerdos de colaboración con entidades como ONCE, en España, o Tiflonexos, en Argentina, para facilitar contenidos accesibles a personas con dificultades de visión. También participa en proyectos solidarios orientados a este mismo fin, como la iniciativa **Libro sin barreras**, desarrollada en 2019 en Perú, que supuso la publicación de un libro que alterna páginas impresas en tinta y en braille

para fomentar la inclusión y la lectura compartida entre niños con distintas capacidades.

Además, en España, Loqueleo tiene un programa de lectura fácil con la colección *Cuéntamelo fácil*, que apuesta por la lectura inclusiva abriendo puertas a la comunicación y participación de nuevos lectores.

Por otro lado, Santillana contribuye a la formación y capacitación docente a través de seminarios, cursos y talleres dirigidos a la comunidad educativa y que abordan temas como las nuevas metodologías, la digitalización, el liderazgo, etc. También ofrece recursos y materiales de apoyo para que los profesores puedan utilizarlos en sus clases, como la guía y la propuesta de actividades de la campaña *#TienenTalento*, y difunde contenidos sobre tendencias pedagógicas, como los publicados en su blog *SantillanaLab*, para aumentar su divulgación y dinamizar las comunidades educativas en los países en los que opera.



PRISA NOTICIAS

Planeta Futuro es una sección de EL PAÍS dedicada al desarrollo sostenible. En el momento de su lanzamiento, en enero de 2014, se centró en los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), establecidos por la Organización de Naciones Unidas en 2000, para después adoptar como marco los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), aprobados por la ONU en 2015. Esta nueva orientación permitió ampliar las temáticas a otros aspectos del desarrollo humano como los efectos de la globalización; los grandes retos en alimentación, salud, empleo o educación; la innovación y la tecnología como motor para el desarrollo o el cambio climático. Los contenidos son generados por decenas de periodistas y colaboradores de EL PAÍS repartidos por todo el mundo, además de expertos de numerosas organizaciones que aportan análisis destinados a enriquecer el debate público en torno a temas cruciales para la ciudadanía.

Planeta Futuro nació en 2013 de una alianza sellada entre EL PAÍS y la Fundación Bill & Melinda Gates, que apoya financieramente el proyecto, para promover el debate público acerca de la pobreza y el desarrollo, la desigualdad, la justicia social y la sostenibilidad del planeta. Actúa como dinamizador de valores igualitarios, participativos y solidarios, y da voz tanto a ONG (sección *Primera línea*), como a personalidades y líderes mundiales (sección *Red de expertos*).

La alianza se amplió en febrero de 2016, con la firma por parte de la FAO y EL PAÍS de un acuerdo cuyo objetivo es mejorar la información sobre hambre, agricultura y alimentación. Posteriormente, se han sumado nuevos socios, como UNICEF –para impulsar la información sobre problemas, retos y oportunidades de la infancia en el mundo– o



el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) –para atraer la atención hacia los progresos y desafíos de la región de América Latina y el Caribe–. Gracias a esta clase de alianzas *Planeta Futuro* es un producto único y pionero en acuerdos con filántropos y organizaciones para informar y divulgar sobre desarrollo sostenible bajo los criterios de ética periodística, veracidad y relevancia. Desde su nacimiento se han formulado convenios y creado redes con más de 200 organizaciones, ONG o instituciones, y se ha colaborado también en eventos, cursos, debates o conferencias con el objetivo principal de divulgar la Agenda 2030 de la ONU.

Retina es líder en divulgación y concienciación social sobre la nueva era tecnológica, y una herramienta para fomentar la inclusión y reducir la brecha digital. Su acción la realiza a través de la web, que es referencia en información y formación, con contenidos multimedia diarios (vídeo, audio, infografías interactivas, periodismo de datos), para explicar, analizar y profundizar. Es accesible, con una gran presencia en redes sociales y periodísticamente innovador.

Esta tarea se complementa con eventos y talleres formativos para profesionales y ciudadanos, como *Retina LTD* y *Observatorio Retina*, en los que se analizan las tendencias del futuro. Además, cada mes, la revista *Retina* ofrece contenidos más accesibles centrados en la transformación digital y los cambios que la tecnología provoca en los negocios, la economía, el arte o las relaciones sociales.



La sección de **Sociedad** de EL PAÍS cubre los temas que preocupan a la ciudadanía o afectan a la sociedad más directamente. Como altavoz de aquellos que sirven de inspiración para el futuro, pone especial énfasis en las exigencias de los lectores en todo lo relacionado con derechos y libertades. Los artículos y reportajes tratan temas, entre otros, como sanidad, medioambiente, transparencia, información pública, empleo verde, laicismo, religión, educación, asuntos sociales o comunicación.

En 2019 ha continuado la actividad de la corresponsalía de **Género**, creada el año anterior para planificar y mejorar la cobertura dada a los temas relacionados con la igualdad y la mujer. Su acción se refleja de forma transversal en todas las secciones del diario. En abril de este año recibió la visita de un grupo de suscriptores para conocer en qué consiste y debatir sobre cómo se trabaja en una redacción la perspectiva de género.

Materia es una web de noticias de ciencia, medioambiente, salud y tecnología que trata de explicar las últimas investigaciones en biología, física, paleontología o astrofísica de forma clara, sencilla y rigurosa. Además, se implica en la defensa del medioambiente y difunde los avances en nuevas tecnologías e Internet, aparte de analizarlos en profundidad. Entre sus áreas de trabajo también se encuentra la investigación en salud, y la denuncia contra los productos milagro.

En 2019 ha dirigido su trabajo a asuntos como pandemias, nutrición, biotecnología, ciencia para el desarrollo, basura espacial, inmunoncología, enfermedades olvidadas, medicina regenerativa, inteligencia artificial, ciencia y compromiso o neurociencia.



La revista **BuenaVida** es la publicación de referencia en español sobre salud y estilo de vida sostenible. Dispone de web propia, en la que publica contenidos diarios. En 2019 ha abordado temas como alimentación y gastronomía, medioambiente, obesidad, cosmética, psicología, ejercicio, nutrición, viajes o deportes.



La sección **Fortuna** del diario económico *Cinco Días* atiende especialmente al diagnóstico y posibles soluciones a la situación de la mujer en la empresa y el mundo profesional. Para ello, a través de contenidos diarios, elabora informes con el objetivo de denunciar situaciones de discriminación, y abre sus páginas a las firmas más cualificadas. En 2019 ha abordado temas como emprendimiento, acoso laboral o personas trans en la empresa.



En 2019, continúa el proyecto **Aprendemos juntos**, una colaboración entre EL PAÍS, Santillana y BBVA para impulsar la conversación educativa con historias inspiradoras y nuevas metodologías docentes dirigidas a toda la comunidad. El proyecto crea también experiencias de aprendizaje prácticas para que profesores y padres ayuden a sus alumnos e hijos a conseguir las capacidades que necesitan.

Para ello, el proyecto da acceso libre a numerosos vídeos –fáciles de visionar y compartir– que permiten entender cómo abordar las dinámicas a través del testimonio y consejos de maestros, psicólogos, científicos o pedagogos. Se ofrecen también guías con información teórica y práctica, y material descargable para imprimir y utilizar en lo que se necesite.

Esta iniciativa busca traducir este material práctico en claves para que los adolescentes puedan convertir los conflictos en



oportunidades; conocer cómo los niños y adolescentes pueden aprender a desarrollar, gestionar y regular sus emociones con la ayuda de profesores y padres; y expresar ideas con soltura, todo ello a través de una metodología eficaz, sencilla y divertida.

El **Foro de Educación** es un nuevo espacio de EL PAÍS que acoge debates entre los integrantes de la comunidad educativa en relación con la educación y el sistema de enseñanza, sus carencias, retos y oportunidades, con el objetivo de enriquecer un campo en constante transformación y discusión. Todos los lunes se plantea un debate y se invita a profesores, especialistas y miembros de la comunidad educativa a contar sus experiencias. Para ello se pone a su disposición un buzón de correo electrónico, y durante el resto de la semana se publica de forma destacada en la web una selección de las aportaciones recibidas.



Además de tratar de modo genérico el tema de la educación, ha abordado aspectos más concretos como la influencia del sistema educativo en la acción contra el cambio climático, la mejora de la enseñanza o el abandono escolar.

Una nueva sección en el diario **AS** busca promocionar el deporte femenino. Para ello, cubre información en especialidades como fútbol, baloncesto, waterpolo o tenis, entre otros. Incluye noticias relacionadas con las representantes del deporte femenino en España para darles cobertura y visibilidad.



PRISA RADIO

Los oyentes tienen una cita semanal en el programa **Punto de fuga**, del periodista Pablo Morán, en la que, más allá de los grandes titulares internacionales, se pone la atención en los más desfavorecidos de este mundo globalizado, y en concreto en los movimientos sociales, los procesos migratorios o las minorías.



Uno de los periodistas medioambientales más galardonados de nuestro país, Javier Grégori, conduce **Espacio Eco**, una sección de divulgación sobre cultura sostenible y economía circular, que presenta piezas de un minuto para el programa *La ventana*. Es un contenido transversal realizado en Cadena SER en el que también participa EL PAÍS, en colaboración con la Fundación Ecoembes.



Divulgar y empoderar proyectos de innovación y emprendimiento vinculados en su mayoría a *startups* es el objetivo de **Estartapeando**. Esta sección de contenido transversal se emite en *Hora 25*, *La ventana* y *Hoy por hoy*, y lo presentan los periodistas Rafa Bernardo y Chevi Dorado.



Empatía es una sección semanal de *Hoy por hoy* realizada por el filósofo Cipriano Játiva, dedicada a relaciones personales, autoestima, bienestar emocional...



El filósofo José Carlos Ruiz colabora con *Hoy por hoy* en su sección semanal, **Más Platón y menos WhatsApp**, con la que pretende acercarse a la filosofía con los ojos de nuestro



tiempo. Aplica conceptos de forma asequible a la cotidianidad de un ciudadano contemporáneo, con el fin de fomentar el bienestar emocional y fortalecer nuestra actividad intelectual para sentirnos mejor en un mundo de grandes cambios.

El programa semanal **Be OK** enseña a cuidarse hablando sobre alimentación, ejercicio y actitud vital. Emitido en digital, lo realizan Ángela Quintas e Isabel Bolaño.



Carreteras secundarias, sección mensual del programa *A vivir que son dos días*, pretende poner en valor la experiencia y los testimonios de la conocida como 'España vaciada', zonas rurales habitualmente despobladas que sufren problemas relacionados con telecomunicaciones, vías y medios de transporte y asistencia sanitaria. El día a día en primera persona de sus habitantes en formato de reportaje profundo realizado por Bru Rovira y Valentina Rojo.



Hoy por hoy dedica en **Ciudades** una sección semanal a cómo nos relacionamos en las ciudades que habitamos, realizado por el antropólogo Manuel Delgado.



Emergencia climática es una sección quincenal de *Hoy por hoy* realizada por Nuño Domínguez, periodista especializado en ciencia.



Manuela Carmena, exmagistrada y exalcaldesa de Madrid, analiza la calidad de la política nacional y plantea propuestas para mejorarla en **Curso de ética política**, sección semanal de *Hora 25*.



A nivel global Santillana ha continuado la publicación de **SantillanaLab**, un espacio virtual cuyo objetivo es dar visibilidad a la innovación y la transformación que está teniendo lugar en las escuelas y en el mundo educativo en general, en particular en España y Latinoamérica. Con el programa **Educadores por el mundo** da a conocer casos reales de nuevos modelos de aprendizaje que sirven de ejemplo a la comunidad educativa.



Set Veintiuno es una iniciativa de Santillana que dota a los estudiantes de 6 a 16 años de las habilidades del siglo XXI, con las que afrontar los retos del planeta. A través de 10 programas transversales y sistematizados aborda conocimientos, habilidades y destrezas vinculadas al desarrollo de la autoconciencia en relación con la sociedad y el planeta; la creación de tecnología en el marco del aprendizaje; el impulso del espíritu emprendedor enfocado a la innovación social; la reflexión, el análisis y la búsqueda de soluciones a los problemas del entorno, etc.



Su metodología activa hace del alumno el centro del aprendizaje: una pregunta motivadora genera un reto para el que no existe una sola solución. Lo importante es el proceso, y en él integran trabajo colaborativo, motivación, autonomía del alumno, creatividad, pensamiento crítico... Finalmente se consigue un resultado y una evidencia para poder compartirlo con la comunidad educativa. Pero no solo con ella: también en eventos, redes sociales y otras iniciativas.



Los programas de *Set Veintiuno* deben contribuir al cambio social desde la educación, y por tanto persiguen la con-

secución de los ODS, como ejemplifican algunos proyectos: creación de un robot para la limpieza espacial, invención de una robomaceta solar, ahorro y consumo sostenible de los bienes...

Los colegios públicos, concertados o privados pueden complementar sus clases con este programa, que pretende ayudar a mejorar la conciencia social de los estudiantes, fomentar el emprendimiento sostenible, mejorar las relaciones con la sociedad y el entorno, así como su empleabilidad futura.

El carácter innovador de *Set Veintiuno* le ha valido en 2019 el premio Quality Innovation Award, de la Asociación Nacional de Centros Promotores de la Excelencia-CEX, en la categoría de sector educativo y en el ámbito nacional.

Compartir en familia es una web divulgativa dirigida a padres y madres orientada a la educación de los niños en el hogar. Ofrece contenidos propios y de colaboradores expertos en diferentes formatos (texto, pódcast, vídeo, infografía) divididos en cuatro grandes bloques: emociones, aprendizaje, tecnología y vida sana.

#Tientalento es una campaña basada en la idea de que todas las personas tienen un talento especial para algo, y los docentes juegan un papel esencial en la detección, inspiración y ayuda a su desarrollo, sea cual sea el modo en que se manifieste. Dirigida al público en general y al profesorado, ofrece en la web despiertasupotencial.com una *Guía del talento* para aprender a detectar fortalezas, una serie de *Historias de talento* inspiradoras y motivadoras, y varias *Di-námicas del talento* para ayudar a los profesores a despertar el potencial de sus alumnos.



IneveryCREA es un portal que ofrece recursos específicos para profesores innovadores. Es la comunidad de creatividad educativa para profesores y profesionales de la educación que crean, desarrollan y comparten recursos e ideas innovadoras.

Mujeres protagonistas es un novedoso proyecto editorial de Santillana que documenta, visibiliza, reivindica y valora las aportaciones de las mujeres a la historia del conocimiento y de la construcción social. Está dirigido a toda la sociedad, y en concreto a profesores y alumnos de secundaria y bachillerato. Actúa a través de tres ejes: 1) *El papel de las mujeres* es una colección de libros que lo analizan en diferentes ámbitos socioculturales, con una perspectiva histórica y actual, además de una revisión de las figuras más importantes en cada campo. 2) *Vidas de mujeres* es una base de datos con más de 200 biografías –y 850 en espera– destacadas de mujeres de todas las épocas y ámbitos (ciencia, tecnología, literatura, política, etc.). Está disponible para el público general. 3) *La voz de las mujeres* es una recopilación de organizaciones y entidades que trabajan por la igualdad de género y el empoderamiento femenino. Actualmente, hay recogidas y referenciadas cerca de 100 entidades, y se informa de sus características, actividades e iniciativas.

Ruta Maestra es la revista especializada en educación de Santillana Colombia. Publica artículos relacionados con la comunidad educativa y sus integrantes, y su objetivo principal es propiciar un espacio de comunicación y construcción de conocimientos y experiencias entre expertos, entidades y comunidad educativa en torno a los temas que les generan mayor interés. Edita trimestralmente 3.000 ejemplares



impresos, distribuidos gratuitamente a directivos, rectores y docentes de varios colegios y a instituciones o entidades dedicadas al desarrollo de la educación en Colombia. También ofrece acceso gratuito en formato digital por cada edición (15.000 visualizaciones), de modo que pone a disposición de la comunidad contenidos de interés y actualidad educativa sin ningún coste para ella. Han participado personalidades como Mario Alonso Puig, Andreas Schleicher, Carlos Magro, Alfredo Hernando Calvo, María Acaso o Javier Sirvent, entre otros, e instituciones como MEN, ICFES, BID, OCDE o Unicef.

En Chile, Santillana apoya el programa **Creando conocimiento**, de la Facultad de Ciencias de la Universidad de Chile, emitido todos los lunes en la radio universitaria. Cada semana invita a estudiantes y docentes de colegios usuarios de Santillana con el fin de despertar la vocación científica de los jóvenes y, al mismo tiempo, divulgar información relevante sobre los avances en materia de innovación, desarrollo tecnológico y científico que se están realizando en Chile y en el mundo.

En colaboración con National Geographic, el Museo de Biodiversidad de Panamá y CIMAR, la **Exposición itinerante sobre biodiversidad** ha recorrido centros educativos de Costa Rica y Panamá adheridos a Santillana Compartir. A través de paneles informativos, trata el tema de la biodiversidad mundial y la problemática que supone. Cuenta también con un juego de mesa de roles, con el que los estudiantes se pueden concienciar acerca del papel de la comunidad en la protección del medioambiente.



Con motivo del 60.º aniversario de la Declaración de los Derechos de la Infancia, Loqueleo, sello de literatura infantil de Santillana, publicó una **selección de obras relacionadas con cada uno de los derechos de los niños**. Se trata de una propuesta de lectura para profesores, que incluye la justificación de la selección y la reseña de cada uno de los libros, enlaces directos a las fichas completas y recursos (guías de lectura, primeros capítulos, sinopsis, ficha técnica, etc.), sugerencias de otras lecturas relacionadas y propuestas de actividades y citas literarias relacionadas con cada uno de los derechos.



Loqueleo publicó en enero el libro **Los corales mágicos**, de la autora costarricense Lara Ríos, de gran trayectoria y una de las más leídas en el sector educativo. Trata acerca de los problemas de la población de coral en el Pacífico costarricense, sus causas y consecuencias, y las acciones que pueden desarrollar las comunidades implicadas. Parte de los derechos de autor han sido donados a Raising Coral, fundación dedicada a la recuperación de arrecifes de coral a través de su cultivo y trasplante al océano.



En Uruguay, **Leamos a la par** es una colección de libros que representa el esfuerzo de las sedes regionales de Norma por contribuir a la construcción de una sociedad que integre a todos, más allá de las diferencias de origen y género. El proyecto se dirige a estudiantes de primaria y permite que cada docente elija una o varias obras literarias de entre 12 títulos seleccionados de su catálogo, que se acompañan de materiales para alentar la reflexión, la producción y el diálogo sobre tres aspectos que ayudarán a niños y jóvenes a reconocerse a sí mismos y a los demás como seres únicos, valiosos y solidarios.



También en Uruguay, a través de la colección **Me!Humanity** el sello Loqueleo introduce a los lectores en temas imprescindibles para su crecimiento: emociones, autoestima y valores. A través del relato de sus experiencias los **Me** invitan a reflexionar y hablar sobre ellos. Para los colegios se han desarrollado guías de trabajo para el aula.



En Perú, el proyecto *Libros sin barreras*, de Havas Worldwide Perú para Santillana y Megaplaza, trata de promover la inclusión de niños con discapacidad visual con el clásico cuento peruano **El caballero Carmelo**, que incluye un abecedario en sistema Braille. Busca caminar en la concienciación usando la lectura como herramienta de tolerancia e integración.



La educación brasileña está sufriendo cambios significativos en la forma de concebir la escuela. La Base Nacional Común Curricular abrió un abanico de temas relevantes para discutir, y el sello Moderna estructuró tres ciclos de *webinars* bajo el título **Vozes da Educação Moderna**, transmitidos en vivo por su perfil de Facebook: 1) *Café literario* fueron 10 encuentros con grandes especialistas de la literatura brasileña y autores renombrados de Moderna que debatieron sobre experiencias literarias, formación de lectores y hábitos de lectura dentro y fuera del aula, como forma de popularizar los contenidos de la literatura, actualizar los equipos escolares y hablar sobre tendencias literarias. 2) *BNCC (Base Nacional Común Curricular)* en la práctica fueron 10 encuentros para debatir con especialistas y educadores brasileños acerca de los desafíos de las escuela pública y privada a causa de la implantación de la BNCC de Educación Infantil y de Enseñanza Fundamental. 3) *Educación innovadora* fue



un ciclo dirigido a traer formaciones mensuales dinámicas e interactivas que ayudan a la escuela a implantar nuevas metodologías y herramientas didácticas.

También en Brasil, la colección **Students for Peace**, de Moderna, tiene como objetivo no solo enseñar lengua inglesa, sino desarrollar habilidades sociales con un enfoque en la educación para la paz, la tolerancia, el respeto por la diversidad, la empatía y la cooperación. Además, esta edición de la colección es acorde con la Base Nacional Común Curricular de Brasil. Está dirigida a estudiantes de Enseñanza Fundamental (11 a 14 años).



Educatrix es la revista de la editorial brasileña Moderna. Su contenido se centra en la capacitación de los maestros y en la actualización pedagógica. Ofrece también presentaciones de artículos listos para que el coordinador realice la capacitación de maestros en la escuela. La publicación se distribuye gratuitamente al profesorado de Brasil. El portal web se ha renovado en noviembre y a lo largo de 2020 se subirán todos los contenidos de ediciones anteriores. Dado que la revista trata las tendencias en educación en Brasil y en el mundo, *Educatrix* es muy utilizada por coordinadores pedagógicos y gestores para la formación docente. Para facilitar esa tarea, se han incluido reportajes de cada edición y se organizan talleres gratuitos para utilizar en las escuelas. Son las *Formaciones Educatrix*, disponibles gratuitamente en el portal ModernAmigos previo registro.



En Puerto Rico se desarrolló un módulo digital denominado **Huracanes en Puerto Rico**. Su objetivo es presentar

a nivel escolar información que sirva para contextualizar la realidad de los huracanes en Puerto Rico desde una perspectiva actual e interdisciplinar y educar sobre este fenómeno atmosférico desde una perspectiva didáctica y de autogestión. Todos los temas incluyen material audiovisual y enlaces externos que enriquecen el contenido, ayudan a verificar fuentes de información y permiten profundizar en el tema. El módulo es gratuito para llegar a la mayor cantidad de educadores posible y que puedan utilizarlo en sus clases.

La iniciativa responde a alianzas con la Administración Nacional Oceánica y Atmosférica (NOAA), el Servicio Nacional de Meteorología en San Juan (NWS) y el EcoExploratorio: Museo de las Ciencias de Puerto Rico.



MEDIA CAPITAL

Apanha se poderes, el concurso estrella de la TVI, emitió 14 programas especiales con enfoque solidario que revirtieron en 11 instituciones de solidaridad social a las que se entregaron donativos. Entre ellas, Associação Casa do Artista, Associação Ajuda de Berço, Associação CASA, Associação Portuguesa de Apoio à Vítima (APAV), Associação de Fraternidade e Solidariedade de Riodades, Cruz Vermelha Portuguesa, Associação Santa Casa da Misericórdia de Pampilhosa da Serra, Associação Amigos do Hospital Santa Maria, Associação Chão dos Bichos y Associação Joãozinho.



A Tarde É Sua. TVI firmó varios acuerdos a lo largo del año con diversas entidades en cuestiones de sostenibilidad. Una de ellas con Orthos Paediatrics, que permitió ofrecer una silla adaptada a un niño con parálisis cerebral.



Ver P'ra Crer. Entre los meses de noviembre y diciembre, siete emisiones del programa *Ver P'ra Crer* se dedicaron a instituciones sociales: Liga de Bombeiros, Terra dos Sonhos, Make a Wish y Acreditar.



Emisiones solidarias de TVI. A lo largo del año varios programas de TVI tuvieron un enfoque solidario en emisiones puntuales. Por ejemplo, la emisión navideña de *Pesadela na Cozinha*, que se dedicó a un almuerzo especial en el Centro Comunitário Paroquial de Ramada. También la última emisión del año del concurso *Mental Samurai*, que se dedicó a la Missão Continente de prevención de la obesidad infantil.



GESTIÓN RESPONSABLE

DE NUESTROS PROFESIONALES

INFORMACIÓN SOBRE CUESTIONES SOCIALES RELATIVAS AL PERSONAL

PRISA lleva a cabo una gestión responsable de su equipo humano y para ello fomenta la igualdad de oportunidades, la no discriminación y la promoción en función del mérito, la capacidad y el trabajo, además de propiciar el crecimiento profesional y el desarrollo personal. El Grupo promueve idénticas oportunidades de acceso y desarrollo profesional con el fin de defender y aplicar el principio de igualdad entre hombres y mujeres. También favorece medidas que permitan la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de sus profesionales.

La plantilla de PRISA es diversa en lo geográfico y lo cultural, y en género y edad. Como empresa líder en los diferentes sectores en que opera, debe realizar los esfuerzos necesarios para atraer y retener a los mejores profesionales comprometidos con una educación e información de calidad.

Empleo

El número de empleados del Grupo a cierre de ejercicio 2019 distribuido por países, género y tipo de contrato es el siguiente:

	Empleados por región, género y tipo de contrato								
	Contrato indefinido + RCF (**)			Contrato temporal, eventual y RCT (**)			Total		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Argentina	183	257	440	22	17	39	205	274	479
Bolivia	24	19	43	0	0	0	24	19	43
Brasil	428	547	975	0	0	0	428	547	975
CAN(*)	71	75	146	0	0	0	71	75	146
Chile	236	173	409	8	1	9	244	174	418
Colombia	747	525	1.272	28	19	47	775	544	1.319
Costa Rica	27	29	56	14	3	17	41	32	73
Ecuador	71	53	124	0	0	0	71	53	124
España	1.591	1.348	2.939	81	77	158	1.672	1.425	3.097
EEUU	18	15	33	0	0	0	18	15	33
México	282	276	558	0	0	0	282	276	558
Puerto Rico	14	15	29	0	0	0	14	15	29
Panamá	12	12	24	0	0	0	12	12	24
Paraguay	18	16	34	0	0	0	18	16	34
Perú	67	83	150	87	77	164	154	160	314
Portugal	492	345	837	168	126	294	660	471	1.131
R. Dominicana	73	46	119	0	0	0	73	46	119
Uruguay	10	12	22	0	0	0	10	12	22
Venezuela	6	7	13	0	0	0	6	7	13
TOTAL	4.370	3.853	8.223	408	320	728	4.778	4.173	8.951

(*) Centroamérica Norte: incluye los siguientes países: Guatemala, Honduras y El Salvador

(**) RCT = Representante de comercio temporal, RCF=Representante de comercio fijo

Del anterior desglose se desprende que el 92% del total de la plantilla de PRISA tiene contrato fijo y un 8% temporal (93% y 7% en 2018). Los hombres representan el 53% de la plantilla total frente al 47% de mujeres (54% y 46% en 2018).

El 98% de la plantilla a cierre del ejercicio está trabajando con una jornada completa (en España este ratio se sitúa en el 95%, igual que en 2018).

La distribución por género y categoría profesional en 2019 y 2018 es la siguiente:

	2019			2018		
	Mujeres	Hombres	TOTAL	Mujeres	Hombres	TOTAL
Directivos	127	240	367	110	255	365
Mandos intermedios	500	640	1.140	474	621	1.095
Otros empleados	3.546	3.898	7.444	3.316	3.704	7.020
TOTAL	4.173	4.778	8.951	3.900	4.580	8.480

La edad media de los hombres es un 2,7% superior a la media de las mujeres, con lo que se sitúa la media del Grupo en 42,8 años. El 11% de los empleados tienen menos de 30 años, el 65% entre 30 y 50 años, y los mayores de 50 años son un 24%.

La comparativa de edades medias por género entre el año 2019 y 2018 es la siguiente:

	Hombres	Mujeres	Total
Media de edad del Grupo 2019	43,3	42,2	42,8
Media de edad del Grupo 2018	43,1	41,9	42,5

La distribución en 2019 de los empleados del Grupo por origen geográfico y edad media es la siguiente:

	Edad media
España	45,5
Latinoamérica	41,1
Portugal	42,7
TOTAL	42,8

La distribución por tramos de edad y categoría:

	Menos de 30 años	Entre 30 y 50 años	Más de 50 años
Directivos	0%	2%	2%
Mandos intermedios	0,2%	8%	5%
Resto de personal	11%	55%	17%
TOTAL	11%	65%	24%

Las principales áreas de negocio en términos de plantilla son Santillana (45%, igual que en 2018) y Radio (29%, un 1% más que en 2018), con la siguiente distribución por género:

Distribución empleados por áreas de negocio			
	Diciembre 2019		
	Hombres	Mujeres	Total
Santillana	1.925	2.146	4.071
Radio	1.550	1.046	2.596
Prensa (Noticias)	599	440	1.039
Media Capital	657	466	1.123
Resto	47	75	122
TOTAL	4.778	4.173	8.951

La variación de plantilla final del Grupo entre los años 2019 y 2018 es de un 6% (distribuido en términos similares entre España y resto de países, con un 5% y 6% respectivamente). La tasa de rotación voluntaria (medida como bajas voluntarias sobre plantilla total) es de un 6%, igual que en 2018, focalizada fundamentalmente en Latinoamérica, mientras que la tasa de despidos se sitúa en un 4% frente al 5% del año 2018 (medida como bajas indemnizadas sobre plantilla total), asociada fundamentalmente a bajas por renovación de la plantilla en la mayoría de los países.

Los despidos medidos como bajas indemnizadas del Grupo han sido un 49% hombres y un 51% mujeres, y el 64% han sido de empleados entre 30 y 50 años. El 18% corresponden a personal directivo y mandos intermedios, mientras que el 82% corresponden al resto de personal.

Las bajas voluntarias del Grupo tienen un componente de un 48% hombres y un 52% mujeres, situados el 65% en empleados entre 30 y 50 años.

La retribución media total del Grupo considerando todas las categorías profesionales es de 32.000 euros. La de los hombres ha sido de 35.000 euros (+ 9% respecto a la media) y la de las mujeres 29.000 euros (-11% respecto a la media).

La compañía ha realizado un ejercicio para el cálculo de la brecha salarial que existe en sus diferentes categorías profesionales. En el cálculo se ha ponderado relativamente la retribución media y el peso de cada categoría, y se ha obtenido un dato acumulado del 6,2%.

La información relativa a la remuneración de consejeros y directivos se especifica en las notas 22, *Operaciones con partes vinculadas*, y 23, *Retribuciones y otras prestaciones al Consejo de Administración*, de la memoria consolidada adjunta.

En materia de integración de discapacidad en el empleo, PRISA, en lo referido a España, tiene suscritos convenios de colaboración con centros especiales de empleo para la prestación de determinados servicios (limpieza) así como otros mecanismos de colaboración establecidos en nuestro ordenamiento jurídico (donaciones a centros de empleo). Adicionalmente, el Grupo ha tenido contratadas a 32 personas con discapacidad igual o superior al 33% (37 en 2018), distribuidas así por origen geográfico:

Distribución geográfica de personas con discapacidad		
	2019	2018
España	21	25
Resto	11	12
TOTAL	32	37

En materia de discapacidad, en Latinoamérica existen diferentes normativas aplicables a cada uno de los países, y el Grupo cumple con la normativa vigente en cada uno.

I Organización del trabajo

Existen iniciativas que permiten atraer y mantener a los mejores profesionales, aunque formalmente no existe una política de desconexión laboral a nivel de Grupo.

En España, la plantilla cuenta, en general, con beneficios sociales, seguro de vida y accidentes, cobertura por incapacidad o invalidez y complementos por maternidad o paternidad. En términos generales, las empresas en España no distinguen entre jornada completa o parcial o entre contrato fijo o temporal para acceder a los beneficios sociales.

El programa de retribución flexible diseñado en 2012 sigue vigente en 2019 para alguna de las sociedades en España, con el catálogo de productos que permite la normativa.

En España la práctica totalidad de los convenios colectivos aplicables de las distintas sociedades recogen jornadas que se sitúan por debajo de la jornada máxima legal (40 horas en cómputo semanal). Por otro lado, solo con carácter excepcional se recurre a la realización de horas extraordinarias.

Por otra parte, la distribución de la jornada incluye prácticas de horarios flexibles de entrada y salida, así como adaptación de horarios y jornadas intensivas en determinados momentos del año (verano, Navidad y Semana Santa). Esta distribución irregular del tiempo de trabajo se establece por acuerdo entre el ámbito de los distintos departamentos y la representación legal de los trabajadores.

En España para algunas sociedades, se ha mantenido el plan de medidas favorecedoras de la conciliación entre la vida personal y la laboral:

- Excedencias voluntarias especiales con reingreso garantizado, prestación económica y cotización a la Seguridad Social.
- Ampliación de las vacaciones anuales con prestación económica y cotización.
- Ampliación del descanso semanal (semana de 4 días) con mantenimiento de la cotización.
- Permisos para formación con ayuda para gastos y cotización a la Seguridad Social.
- Reducción de jornada sin que sea necesario que exista guarda legal.
- Horarios flexibles en aquellas sociedades y áreas no sujetas a turnos, como puede ser jornada de verano.

- Bajas por paternidad o maternidad retribuidas con el 100% del salario.
- Cheque guardería a través del Plan de Retribución Flexible para los empleados que lo soliciten.

En el caso de Latinoamérica la práctica más común a los distintos países es la aplicación de flexibilidad horaria.

Las horas y tasa de absentismo del Grupo son las siguientes:

Tasa de absentismo ⁽¹⁾	2,3%
Total días perdidos	42,547

(1) Índice de absentismo:
 $(\text{n.º total horas de absentismo} / \text{n.º total horas trabajadas}) \times 100$

I Salud y seguridad

Fomentar la cultura preventiva entre todas las empresas que conforman el Grupo sigue siendo un objetivo principal. Destaca el compromiso de integrar la prevención de riesgos y salud laboral en el sistema general de gestión de las empresas.

En España, PRISA tiene un departamento de Prevención de Riesgos Laborales, encuadrado en el área de Recursos Humanos, y realiza de forma continuada en las empresas del Grupo la identificación de factores de riesgo psicosocial que puedan suponer un riesgo para la salud del personal.

- Se han llevado a cabo tres auditorías reglamentarias de prevención en las empresas en las que correspondía y de un modo satisfactorio.
- Han continuado las reuniones trimestrales con todos los comités de seguridad y salud, con participación de la dirección y de los trabajadores.
- Registro de los desfibriladores de los centros de trabajo e implementación de las medidas de evacuación en caso de emergencia que exige la normativa.

De este modo, se ha seguido velando en todo momento por la mejora continua de las condiciones de trabajo. La mayoría de los empleados en España están bajo representación de comités formales de seguridad y salud y cubiertos por el servicio de prevención mancomunado.

En 2019, en España, se produjeron 47 accidentes de trabajo (30, hombres; 17, mujeres) frente a los 38 del año 2018. En el caso del resto de países, el número de accidentes de trabajo ascienden a 67 (35 hombres y 32 mujeres).

No han sido declaradas enfermedades profesionales en el año 2019.

Los principales índices de medición en materia de seguridad y salud del Grupo son los siguientes:

	Índice de gravedad ⁽¹⁾	Índice de frecuencia ⁽²⁾
Hombres	0,14	6,55
Mujeres	0,11	5,47
TOTAL	0,13	6,04

(1) Índice de gravedad: (n.º jornadas perdidas / n.º de horas trabajadas) x 1.000.

(2) Índice de frecuencia: (n.º total de accidentes con baja / n.º total de horas trabajadas) x 1.000.000.

Relaciones sociales

Los convenios colectivos en vigor suponen mejoras sobre las condiciones de trabajo y empleo en relación con los mínimos de derecho necesario de cada legislación. Con carácter general, los procedimientos de información, representación y consulta con los trabajadores se recogen y regulan en los diferentes convenios colectivos y se articulan a través de los órganos de representación laboral regulados en los mismos.

En todas las empresas existe libertad sindical, y se fomenta el diálogo social necesario para el desarrollo del negocio, y se cumple con la normativa laboral aplicable.

Los empleados del Grupo, dada su dispersión geográfica y normativas locales, están sujetos a convenios en algunos países, mientras que en otros quedan bajo un paraguas normativo local, ya que no existe la figura laboral del convenio. En este sentido, en España el 97% de los empleados están sujetos a convenios, y quedan fuera de convenio únicamente colectivos muy específicos de alta dirección.

No se han producido incidentes ni afectación de la actividad por motivos de negociación colectiva ni se ha tenido que presentar ningún ERE en el año 2019.

Formación

La plantilla tiene a su disposición una oferta formativa tanto *online* a través de PRISA Campus (plataforma *online* propia), como de modo presencial.

En la plataforma de formación se encuentran disponibles las acciones formativas que se imparten en las distintas sociedades.

En el año 2019 se han impartido más de 46.430 horas lectivas (33.000 en 2018). El 9% de las horas de formación se han invertido en personal directivo, 16% a mandos intermedios, y el 75% corresponden al resto de personal. En España se han invertido el 25% de las horas de formación del Grupo.

Igualdad

Dentro de los convenios colectivos aplicables a las distintas empresas en España se recogen apartados específicos sobre la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres, protocolos de actuación en caso de acoso y otras medidas que fomentan la igualdad en todos los ámbitos.

Concretamente, en el convenio de PRISA Radio hay un apartado, denominado *Plan de igualdad del Grupo PRISA Radio*, donde se incluyen medidas tendentes a fomentar la igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres, tanto en materia de selección, promoción y desarrollo profesional, como en formación y conciliación de la vida familiar y profesional. El convenio de Ediciones El País también contiene un apartado, llamado *Plan de igualdad y conciliación*, donde se recogen, entre otros, los objetivos de conseguir una representación

equilibrada de la mujer en el ámbito de la empresa y acceso de la mujer a puestos de responsabilidad.

Por su parte, Santillana ha firmado el 17 de febrero de 2020 el Plan de Igualdad 2020-2024, aplicable a los trabajadores de este negocio en España.

En materia de acoso, el Grupo tiene un procedimiento de comunicación y actuación de daños psicosociales aplicable a los trabajadores. Asimismo, el convenio de Santillana recoge también un protocolo de acoso que se complementa con el protocolo sobre acoso sexual o por razón de género.

La plantilla de PRISA es diversa en lo geográfico, lo cultural, en género y edad:

- Presencia de empleados en 22 países.
- Hay más de 30 nacionalidades distintas en el Grupo.
- La plantilla a cierre de ejercicio 2019 es de un 53% de hombres y un 47% de mujeres.
- La edad media del Grupo en 2019 es de 42,8 años (43,3 los hombres; 42,2 las mujeres).



GESTIÓN RESPONSABLE DE NUESTROS CONSUMIDORES, USUARIOS, LECTORES Y OYENTES

La tecnología digital ha colocado a las personas en el centro de la estrategia de las empresas, lo que ha permitido a compañías como PRISA conocer mejor los hábitos y necesidades de los usuarios para ofrecerles una experiencia más enriquecedora y completa. En consecuencia, el Grupo ha de esforzarse en realizar una gestión responsable de su relación con los usuarios partiendo de la preparación de los equipos ante el reto de la transformación digital.

El diálogo directo de los medios de comunicación con sus lectores es una práctica ya instaurada en el Grupo. Apoyado por la tecnología, permite que el usuario perciba su participación activa, tanto en la opinión colectiva como en la creación del contenido.

PRISA Noticias manifiesta su preocupación sobre la gestión acorde a los intereses de los usuarios mediante una estrecha relación comunicativa de periodistas y lectores en las redes sociales. Esto aporta diversidad, pluralidad de opiniones y un gran valor añadido a las marcas.

La figura del Defensor del Lector de EL PAÍS se creó para dar respuesta a quejas, reflexiones y sugerencias de los usuarios sobre los contenidos de EL PAÍS, y también de los productos y colecciones que acompañan en ocasiones al diario. Garantiza el cumplimiento de las normas deontológicas que rigen la práctica del periodismo recogidas en el *Libro de estilo* de EL PAÍS. Esta figura, y su permanencia a lo largo de los años, reafirma la apuesta de la dirección del periódico y del Grupo por la transparencia informativa y el respeto a los principios éticos que presiden la profesión.

Además, las cabeceras de PRISA Noticias organizan eventos abiertos al público, en los que pueden inscribirse los usuarios a través de la web del evento o de las

redes sociales. Los Encuentros de EL PAÍS +, aunque restringidos a beneficiarios de este programa de fidelización de EL PAÍS, ofrecen experiencias culturales a los suscriptores y lectores a través de concursos en la web. También existen en el diario foros de debate *online*, uno sobre educación y otro sobre ecología, donde los lectores responden a preguntas y de donde se extraen temas de debate.

Para tomar contacto con la infraestructura de producción de las noticias, niños y jóvenes de distintos colegios de la Comunidad de Madrid visitan las redacciones de los medios casi a diario. Con una visita guiada por sus instalaciones se les ofrece la posibilidad de conocer más de cerca el día a día de un medio de comunicación.



Redacción periódico EL PAÍS

En PRISA Radio, el diálogo plural y participativo determina la función social de las emisoras del Grupo, donde se da voz a los usuarios y oyentes a través de las nuevas tecnologías, sumadas a los canales de interacción ya existentes, como las intervenciones en antena.

En Santillana, la preocupación por la comunidad educativa llega a cualquier ámbito, y da una gran importancia a la escucha activa y al diálogo para buscar siempre una relación de colaboración, transparencia y confianza mutua.

Se han podido aplicar fórmulas metodológicas como parte del cambio que está en marcha en las escuelas, donde los miembros de la comunidad educativa son piezas fundamentales. Con ellos, Santillana mantiene un diálogo constante a través de su red comercial, que escucha las necesidades de directores y docentes y trata de responder a sus expectativas. Es un canal clave para conocer su opinión y seguir mejorando en el desarrollo de productos.

Otra forma de comunicación es a través de eventos dirigidos a directores, docentes o familias, en los que comparte sus planes y novedades para el curso. Además, Santillana mantiene un canal de comunicación constante a través de los portales para el profesorado, como E-vocacion, o *call centers* para dar información o resolver dudas.

En Media Capital, la regulación, la autorregulación, el Consejo de Redacción de TVI y otras herramientas guían la actuación de los órganos de comunicación social del grupo, principalmente en TVI. Además, los *call centers* permiten recibir *feedback* sobre la actividad de espectadores, oyentes y consumidores.

CONSUMIDORES, USUARIOS, LECTORES Y OYENTES

Los negocios, actividades e inversiones de PRISA en los ámbitos de televisión, educación, radio y prensa están sujetos a un marco regulatorio específico del sector en el que se desarrollan estos negocios. Salvo en el negocio de Prensa o en algunas actividades en Educación, donde hay una relación directa con el consumidor o usuario, no es de aplicación la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (RDLeg 1/2007 de 16 de noviembre, en su redacción dada por la Ley 3/2014 de 27 de marzo).



Estudio Cadena SER

En relación con los sistemas de reclamación de los consumidores, aparte del canal de denuncias para terceros, accesible desde la web corporativa, las unidades de negocio cuentan con canales específicos para atender reclamaciones de todo tipo de terceros, incluyendo lectores y oyentes, aun cuando no tengan la consideración legal de consumidores o usuarios.

En Prensa, *El País*, *Diario As* y *Cinco Días* cuentan con un Centro de Atención al Cliente que, a través de llamadas y correo electrónico, ha atendido en 2019 un total de 12.283 incidencias. El Centro de Atención al Cliente resuelve las incidencias directamente o gestiona la resolución con los proveedores finales de los servicios o productos. Cuando es necesario, escala las incidencias a otros departamentos, como es el caso de solicitudes de protección de datos, que se derivan a privacidad@prisa.com.

La actividad de Santillana de venta de libros en todos los países va dirigida a colegios, librerías y distribuidores, no al consumidor final. Existen canales de comunicación con estos clientes en los que se reciben reclamaciones, principalmente de tipo logístico en cuanto a incidencias en la entrega de productos.

En España, la actividad de formación en línea desarrollada por Santillana bajo la marca Bejob se dirige tanto a empleados de empresas como a profesionales. Las incidencias se gestionan mediante correo electrónico o a través de soporte en línea disponible en la plataforma. En 2019 se han gestionado 42 incidencias. Santillana cuenta también en España con una web de productos digitales dirigida a familias o alumnos a través de la cual se reciben incidencias sobre dichos productos. Estas incidencias son gestionadas internamente en el sistema estándar JIRA. En 2019 se recibieron 196 incidencias.

Las empresas de Santillana en América comercializan productos digitales dirigidos a colegios y a alumnos. En cada país se han establecido los canales de comunicación de incidencias y reclamaciones que, habitualmente, son planteadas desde los colegios. Por ejemplo, en Brasil cuenta con dos vías de comunicación de reclamaciones: *Reclame aquí*, un servicio web externo, y *Fale conosco*, canal propio vía telefónica o web. En Argentina, *Mesa de ayuda* está dirigida a atender consultas y reclamaciones de colegios.

CIBERSEGURIDAD Y PRIVACIDAD DE LA INFORMACIÓN (CONSUMIDORES, PERSONAL PROPIO Y CADENA DE SUMINISTRO)

La protección de la información de carácter personal ha sido y es una de las prioridades de la organización. Los datos personales se han convertido en un activo valioso y los ataques a las brechas de seguridad pueden causar un daño considerable, por lo que uno de los requisitos básicos para una sociedad digital es contar con una ciberseguridad adecuada.

Tras la publicación del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) en 2016, que entró en aplicación en mayo de 2018, PRISA ha venido consolidando y perfeccionando sus procesos de control y aseguramiento de los datos de carácter personal, así como los derechos del consumidor en la potencial utilización de estos.

Los cambios en la normativa europea han supuesto también un impulso para que las empresas del Grupo en América revisen sus procedimientos de cumplimiento

de las normativas locales de protección de datos. En Santillana Brasil se ha iniciado un proyecto de adecuación a la nueva Ley de Protección de Datos que será aplicable a partir de agosto de 2020.

Para el ejercicio de derechos, los usuarios y personas cuyos datos personales son tratados por las empresas del Grupo pueden presentar sus reclamaciones o ponerse en contacto con el delegado de Protección de Datos del Grupo en el buzón *dpo@prisa.com*. Asimismo, hay una dirección específica de correo postal y en los servicios digitales de Radio y Prensa (PRISA Noticias) también se facilita un buzón específico de correo electrónico: *privacidad@prisa.com*.

Desde el punto de vista de la ciberseguridad se ha actuado en las distintas capas tecnológicas para minimizar los riesgos de ciberdelincuencia inherentes al mundo digital, que pudieran dar lugar a fugas de información, suplantaciones de identidad, etc. Aunque ya PRISA contaba con unos niveles previos de ciberseguridad, en 2019 se ha establecido un *Plan director de seguridad* para poder atender con más garantías si cabe los retos y necesidades que PRISA afronta en este nuevo entorno.

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Las diferentes áreas de negocio de PRISA están en un proceso de innovación continua. La experimentación y puesta en marcha de proyectos adecuados a las tendencias y cambios tecnológicos de cada sector son un objetivo para cualquier área del Grupo. Además, cada unidad de negocio o sus integrantes participan en asociaciones y foros, nacionales e internacionales, que le permiten estar en la vanguardia ante cualquier iniciativa de innovación y desarrollo en servicios, procesos y sistemas de gestión.

Santillana apuesta por la innovación en servicios educativos para potenciar el aprendizaje de los alumnos, facilitar el trabajo a profesores y directores, conectar a todos los agentes del proceso educativo e impulsar la transformación en las aulas.

El desarrollo de las habilidades del siglo XXI y la aplicación de nuevas metodologías siguen siendo piezas fundamentales en todas las iniciativas que promueve. El programa **Set Veintiuno** se dirige específicamente a habilidades como educación socioemocional, comunicación, cultura *maker*, espíritu emprendedor, etc. Ha recibido en 2019 el Premio QIA-CEXI, otorgado por la Asociación Nacional de Centros Promotores de la Excelencia, en reconocimiento al carácter innovador de esta propuesta.

En sistemas de evaluación, la compañía incorpora las prácticas más disruptivas, para ofrecer un completo diagnóstico del aprendizaje que permita detectar fortalezas y áreas de mejora de una manera sencilla e intuitiva.

Además, los proyectos educativos de Santillana cuentan con contenidos inteligentes que permiten hacer un seguimiento del aprendizaje gracias a la analítica digital. Santillana es la compañía educativa más avanzada en Latinoamérica en

esta materia, con herramientas como el Sistema de Gestión Comercial (CRM) o el Cuadro de Mando para directores de escuelas, que permiten visibilizar de modo detallado y diario el uso del ecosistema digital del centro y sus estudiantes, lo que permite una mayor personalización de la enseñanza.

Una de las propuestas más innovadoras es el desarrollo de soluciones integrales de aprendizaje, como **Compartir** y **UNOi**, que ya superan los 1.400.000 usuarios en la plataforma y que crean en las escuelas donde se implementan verdaderos ecosistemas de aprendizaje en los que conviven todas estas innovaciones.

Santillana apuesta por la innovación en servicios educativos para potenciar el aprendizaje de los alumnos, facilitar el trabajo a profesores y directores, conectar a todos los agentes del proceso educativo e impulsar la transformación en las aulas.

Su implementación en los colegios es flexible y sencilla, gracias a una red de *coaches* que apoyan, asesoran y forman a los docentes durante todo el proceso.

En 2019, UNOi México lanzó, de la mano de Google, la propuesta **Aprendizaje aumentado**, un paso más para avanzar en nuevos desarrollos de realidad virtual y aumentada. En esta línea, Santillana ha impulsado la *app* de realidad aumentada **Vive Loqueleo**, que incluye *booktrailers*, animaciones y novedades editoriales.

Los sistemas disciplinares que abarcan el aprendizaje de una asignatura (matemáticas, lenguaje, inglés...) de manera integral son una tendencia al alza, con proyectos como **WeMaths**, **Milenguaje** o **Richmond Solution**, que incorporan entornos digitales, un alto componente lúdico, lecturas de apoyo, etc.

Además, Santillana cuenta con espacios virtuales para dar visibilidad a la innovación y transformación educativa, como *#SantillanaLAB*, un site donde se comparten las últimas tendencias pedagógicas, con el foco puesto en la realidad de España y Latinoamérica. En el observatorio *SantillanaLAB* se han analizado una decena de tendencias educativas, entre ellas la inteligencia artificial en el aprendizaje, el rol de la tecnología en la enseñanza o el potencial del pódcast como herramienta educativa, entre otras. Por su parte, en el nuevo espacio de SantillanaLAB, **Educadores por el mundo**, se recogen experiencias de los centros educativos más innovadores de España y Latinoamérica.

También cuenta con Inevery CREA, la comunidad para los profesionales innovadores en educación, foro que permite a los profesores encontrar y compartir recursos educativos, descubrir experiencias pedagógicas de éxito, reflexionar sobre la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación en el aula y participar en proyectos de innovación educativa. Además, dispone de una herramienta propia, el **GPS de la innovación docente**, que geolocaliza a los profesionales de la educación con los proyectos pedagógicos de mayor impacto en su tarea profesional, como medio para facilitar y fortalecer nuevas redes y proyectos.

También cuenta con Inevery CREA, la comunidad para los profesionales innovadores en educación, foro que permite a los profesores encontrar y compartir recursos educativos.

Durante 2019, las cabeceras de PRISA Noticias continúan su apuesta por la innovación y las nuevas tecnologías. Los medios de PRISA Noticias, junto al grupo Godó y Vocento, lanzaron **Wemass Media Audiencia Safe Solution**, la principal plataforma de publicidad programática en España. Es un proyecto pionero en el desarrollo de la publicidad programática: combina la calidad de las audiencias con los espacios publicitarios, que conviven con contenidos editoriales de gran calidad.



Una de las propuestas más innovadoras del diario EL PAÍS ha sido la implementación del editor web ARC Publishing, la plataforma digital diseñada por *The Washington Post*. Este nuevo modelo de edición mejora la experiencia del lector y agiliza la producción y distribución de los contenidos digitales. El soporte refuerza también el proceso de transformación digital iniciado hace años por EL PAÍS.

En julio, la sección de Opinión de EL PAÍS comenzó a ofrecer contenidos bajo registro. Con este requisito se permite a los lectores disfrutar de contenidos exclusivos y beneficiarse de ventajas culturales y de participación. Se trata de un cambio que permite al diario establecer un canal de comunicación directo con los lectores, conocerlos mejor y poder mejorar también las propuestas de valor que les haga.

También ha lanzado una nueva aplicación móvil con la que los lectores pueden disfrutar desde sus dispositivos de los mejores contenidos digitales y beneficiarse de nuevas funcionalidades, como el modo de lectura sin conexión o el acceso a artículos exclusivos. La aplicación permite navegar en abierto y acceder a artículos exclusivos.

Asimismo, ha estrenado, en colaboración con Facebook Watch, el formato de vídeo **Dale una vuelta**, con lo que se ha convertido en el primer medio en España en asociarse con Facebook para el lanzamiento de un programa de reportajes de vídeo semanal.

2019 ha supuesto también una gran apuesta por productos específicos para el consumo de audio en altavoces inteligentes.

EL PAÍS ha puesto en marcha la herramienta **Adobe Target**, con la que ha conseguido un plan de *testing* optimizado tanto en imágenes como en titulares, para observar el comportamiento y la evolución del usuario. Además, ha implementado la *Plataforma de consentimiento CMP*, una herramienta para almacenar el tipo de permiso que los consumidores han otorgado para el uso de sus datos.

El diario AS ha firmado un acuerdo con Twitter para integrar una selección de contenidos de la red social en la habitual narración de los periodistas, con el objetivo de ofrecer a la audiencia un contenido de alto valor informativo, además de una experiencia única.

PRISA Radio ha realizado durante 2019 una apuesta firme por desarrollar productos *audio first*, que motiven a los usuarios para consumir el contenido de audio a través de sus emisoras y su productora de pódcast. Se han tomado como punto de partida los productos de movilidad, con lo que se han definido estructuras informativas e interfaces donde se potencia el consumo del audio. Para su definición se ha trabajado desde los datos, además de con *focus group* y con los usuarios, de manera que se pudieran definir los productos desde sus necesidades y no desde las restricciones tecnológicas

Se han actualizado y estandarizado las diferentes páginas de los *player* musicales de LOS40 (España, Colombia, Argentina, México, Chile, Paraguay, Panamá, República Dominicana y Costa Rica) y en las emisoras musicales Tropicana, Oxígeno, Radioactiva, Ke Buena, Vox FM, FM Dos, Corazón y Futuro. El nuevo *player* potencia la escucha del *streaming* de las radios locales y el consumo de pódcast.

2019 ha supuesto también una gran apuesta por productos específicos para el consumo de audio en altavoces inteligentes. Se han lanzado aplicaciones, sobre todo *skills* para Alexa, en todos los productos de audio de España –Cadena SER, LOS40, Cadena Dial, Podium Podcast y Radiolé–, con oferta de *streaming* y de

pódcast, además de los canales digitales. De esta forma, se ha potenciado el uso del audio a través de estos nuevos canales de distribución, y se ha logrado una cifra de consumo destacada. A esto se ha sumado la automatización de la extracción de boletines nacionales y locales para su distribución por Google Assistant, y se ha obtenido un incremento muy reseñable de oyentes. También se ha trabajado en el *habit forming*, con productos verticales ligados a contenidos destacados de audio como el humor o la historia.

De la mano de Google se ha trabajado en una línea de personalización de audio con la puesta en marcha del proyecto **Tailorcast**, en el que se está desarrollando un motor de recomendación de audio en tiempo real.

Finalmente, un acuerdo entre las grandes radios españolas ha posibilitado la puesta en marcha de Radioplayer, un agregador de radios que permite así tener el control en la distribución tanto en coches como en *smart speakers*.

En Media Capital la transformación digital se resume en varios hitos que comienzan con la implantación de la alta definición (HD) en todos los canales de TVI en Portugal, y el refuerzo de la asociación de Media Capital con MSN, lo que le ha permitido distribuir más de 60 millones de visitas en esta red a través de sus diversas marcas (TVI, TVI24, MaisFutebol, SELFIE y AutoPortal).

Se ha mantenido la asociación con The Weather Channel, para una mejor programación digital de información relacionada con el clima. Igualmente, se ha mantenido y ampliado el acuerdo con New in Town. Con él se instituyó por primera vez el premio al mejor talento nacional nuevo, gracias al cual se han dado a conocer nuevos nombres en *ballet*, música y cine, entre otras artes.

El desarrollo de soluciones internas para aumentar la oferta de vídeo digital, especialmente orientadas a la gestión de los derechos, permitió la oferta simultánea en TVI y en TVI 24.

Se ha producido también un incremento en los vídeos nativos para redes sociales. A esto se añaden más exclusivas en formato digital, entre las que predominan la proximidad, la intimidad y el realismo, con lo que se busca acercar los escenarios y los rostros a los espectadores y usuarios de Internet.

GESTIÓN RESPONSABLE DE NUESTROS PROVEEDORES

SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES (GESTIÓN RESPONSABLE DE LA CADENA DE SUMINISTRO)

La gestión de la cadena de suministro tiene gran impacto en la generación de empleo y el desarrollo económico local. Es fundamental gestionarla de forma sostenible. Para ello, PRISA mantiene un canal de comunicación ágil y transparente para ofrecer un modelo de gestión identificable y eficaz para la adquisición de bienes y servicios de acuerdo con los requisitos éticos, sociales, de calidad y ambientales establecidos por la compañía.

Inclusión en los procesos de contratación de cuestiones sociales, igualdad de género y ambientales

PRISA mantiene su compromiso con las cuestiones sociales que indirectamente y a través de su base de proveedores tienen impacto en este ámbito. Para ello, la dirección de Compras corporativa establece, desde el comienzo de las negociaciones, pautas al respecto, para que todos los negocios las incorporen en sus procedimientos de compra particulares, que están igualmente recogidas en las *Condiciones generales de compra* que el Grupo tiene publicadas en el portal de proveedores.

Relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental

En el Grupo se cuenta con el procedimiento *PL-CO-01 Ed 1 Homologación proveedores*, para la evaluación y control de los principales suministradores de las distintas compañías en todo el mundo, donde se recogen aspectos que cubren desde la responsabilidad social, igualdad laboral o tributaria hasta aquellos

vinculados a la prevención de riesgos laborales, fraudes, corrupción, así como los sistemas de gestión medioambiental que los proveedores pudieran tener en vigor.

Procedimiento de supervisión y auditorías

Debido al tipo de suministro que demandan las empresas del Grupo (cada vez más centrado en la prestación de servicios), al elevado porcentaje de proveedores locales con los que se trabaja en cada país y a que no se han detectado riesgos significativos que sugieran una inspección más detallada, no se tiene previsto realizar a medio plazo ningún tipo de auditoría a la base de proveedores actual.

Impacto en el desarrollo local

El pago a proveedores en 2019 se ha elevado hasta los 806 millones de euros. La apuesta del Grupo por el desarrollo y generación de impacto local mantiene una asignación del 90,3% de este gasto en proveedores que cuentan con el domicilio fiscal en el país donde se realizan la compra y el pago del producto o servicio. En el caso de las compañías con más presencia internacional, Santillana y Radio, cuentan con un 85,9% y un 96,7% respectivamente de su gasto en proveedores locales.

GESTIÓN RESPONSABLE DEL MEDIOAMBIENTE

Nuestro modelo de negocio responsable y su vinculación a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas sientan las bases del compromiso de PRISA con el medioambiente, y así viene definido en la **Política de Responsabilidad Social Corporativa** de la compañía.

Los riesgos medioambientales asociados a nuestra actividad están identificados, y aunque en el análisis realizado no se justifique una dedicación directa de recursos en la gestión de estos riesgos, en cada país y unidad de negocio se asientan y comparten prácticas que ayudan a disminuir los efectos ambientales de nuestra actividad, lo que contribuye al desarrollo sostenible.

CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA Y EFICIENCIA ENERGÉTICA

a) Contaminación

Tras la evaluación realizada y por el tipo de actividad que desarrollan las empresas del Grupo, el uso de vehículos de nuestros empleados es el principal elemento con impacto directo en la contaminación atmosférica. No se consideran relevantes para su evaluación y reporte los acústicos o lumínicos.

Las principales medidas que PRISA ha realizado para reducir las emisiones de carbono vinculadas a estos consumos han sido:

- Los vehículos que se ponen a disposición de los empleados se contratan en modalidad de *renting*, con empresas que están comprometidas con el

medioambiente, que permiten realizar una medición de las emisiones de CO₂ de cada vehículo, recibir asesoramiento para distribuir prácticas de conducción eficientes, así como asegurar una gestión óptima de la duración, kilometraje y mantenimiento de los vehículos para cumplir con la regulación vigente en materia de contaminación atmosférica y emisión de ruidos de nuestra flota.

- Durante 2019, Cadena SER en España ha iniciado la renovación de sus unidades móviles en cinco ciudades, y ha optado por vehículos con tecnología híbrida, más eficiente y medioambientalmente más sostenible.
- En la sede de Miguel Yuste ya se cuenta desde 2018 con cuatro puntos de recarga eléctrica para vehículos.

Además, PRISA fomenta la utilización de medios de transporte público y más sostenible al facilitar, por ejemplo, en España, mediante el Plan de Compensación Flexible, la adquisición de los abonos mensuales para el transporte con ventajas fiscales. Además, en la sede de Tres Cantos donde se encuentran los empleados de Santillana España y PRISA Corporación, se dispone de autobuses para el traslado entre el centro de trabajo y la estación de tren de cercanías.

b) Eficiencia energética edificios

Prácticamente todos los negocios del Grupo se encuentran en instalaciones con un régimen de alquiler donde promovemos el uso racional y eficiente de la energía para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero para ayudar a mitigar sus efectos.

Además de la realización de auditorías energéticas que, como en España, se regulan en el Real Decreto 56/2016, con el objetivo de reducir el consumo eléctrico y las emisiones a la atmosfera, destacamos las siguientes acciones:

- Estandarización del uso de tecnología led acompañada por dispositivos que permiten detectar movimiento para el apagado y encendido automático de luz en distintas unidades de negocio de varios países.
- En la remodelación que ha comenzado a ejecutarse en 2019 en Madrid en la instalación que ocupa Prensa (PRISA Noticias), y con objeto de mejorar la eficiencia energética, se va a instalar una planta fotovoltaica de 900 m² para autoconsumo que va a aportar una reducción de aprox. 51 toneladas de emisiones de CO₂ a la atmósfera.

ECONOMÍA CIRCULAR, PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS

a) Medidas de prevención

PRISA realiza un control de los residuos que genera tanto en el ámbito de las actividades vinculadas a los negocios basados en soporte de papel (desde el abastecimiento con proveedores que cumplen los estándares de gestión responsable y sostenible, hasta el reciclaje) como aquellas que se realizan cotidianamente en nuestros propios centros de trabajo para fomentar la sensibilización para la reducción, reutilización y reciclaje de residuos con gestores autorizados.

Entre las medidas preventivas destaca la campaña realizada en España con el objetivo de reducir el consumo de plástico de agua embotellada en nuestras instalaciones con la que se dotó a más de 2.200 empleados de una botella de acero inoxidable.

b) Reciclaje y reutilización de papel

Además de la recuperación de las publicaciones o libros no vendidos que se viene realizando en todas las compañías del Grupo y en todos los países para procurar un segundo uso dentro del circuito económico, la optimización de los procesos productivos o de diseño de productos y de la reducción de la compra de recursos procedentes del entorno forestal, se han puesto en marcha las siguientes iniciativas con el objetivo específico de reducir el consumo de papel en otros ámbitos:

- Tarjetas de visitas reciclables, que una vez utilizadas permiten hacerlas germinar ya que están compuestas de un papel fabricado con algodón residual que contiene semillas.
- Impresión en oficina responsable, para lo cual se ha iniciado un proyecto piloto con dos objetivos: la concienciación de los empleados para discriminar qué es realmente necesario imprimir y la reducción efectiva del consumo de papel, estimada en un 10% en los centros donde se ha puesto en marcha.
- Implementación progresiva de digitalización de procesos en distintas áreas, sobre todo en las vinculadas a la administración financiera por el volumen de facturas y otros soportes documentales.

c) Gestión de residuos

Los esfuerzos en las distintas compañías del Grupo están dirigidos a la reducción de residuos, a la vez que a la mejora de su segregación para su posterior reciclaje. Para ello y durante 2019 se ha contado con la colaboración de Ecoembes mediante la dotación en las dos principales sedes de Madrid (PRISA Radio y PRISA Noticias) de contenedores que facilitan la recogida selectiva de residuos.

USO SOSTENIBLE DE RECURSOS ¹

a) Consumo y suministro de agua

2019	2018
130.094 m ³	121.071 m ³

¹ Conforme a la nueva estructura estandarizada utilizada para recabar la información de todas las áreas de negocio (véase apartado *Gestión del riesgo*) se ha procedido a actualizar los datos reportados en 2018 para hacerlos comparables.

El consumo registrado por todas las compañías del Grupo en 2019 ha sido obtenido a través de la red pública local pertinente. PRISA no tiene puntos de abastecimiento propios.

b) Consumo de materias primas

Tipo material	2019*		2018	
	Consumo total de material (t)	% material renovable y sostenible	Consumo total de material (t)	% material renovable y sostenible
Consumo total papel	79.400		74.126	
Papel de origen renovable o reciclado	22.162	28%	29.881	40%
Papel de origen sostenible (FSC o equivalente)	55.134	69%	3.020	4%
Cartón	4.780	100%	317	100%
Planchas	102	100%	112	100%

(*) Se ha producido en 2019 un fuerte incremento en la compra de papel (proveniente además de fuentes de origen sostenibles) debido fundamentalmente a la mayor demanda atendida por Santillana en el mercado brasileño

c) Electricidad

La reducción del consumo en 2019 se ha debido a la disminución de la actividad industrial en Prensa (PRISA Noticias) tras la venta del negocio de impresión en Valencia, y fundamentalmente a la consolidación progresiva de las medidas de eficiencia energética que se están implementando en todos los países donde opera el Grupo.

	2019	2018
Origen renovable	11,0 GWh	8,4 GWh
Origen no renovable	40,6 GWh	46,5 GWh
Consumo total	51,7 GWh	54,9 GWh

d) Otros combustibles

Gas natural		Gasoil	
2019	2018	2019	2018
378.183 m ³	462.888 m ³	991.365 litros	1.132.315 litros

El menor uso de estos consumibles tiene dos componentes: por un lado, la reducción de la actividad industrial en Prensa (PRISA Noticias), y por otro la implementación de medidas específicas para la mejora de las condiciones térmicas de los edificios y el máximo aprovechamiento de la energía consumida, como han sido la sustitución de puertas y otros elementos de paso por otras con un mejor coeficiente de aislamiento y la fijación de temperaturas de consigna en valores eco.

e) Uso de energías renovables

PRISA ya consume un 21% de su energía procedente de fuentes renovables (15% en 2018), que deberá verse incrementado en 2020 tras la entrada en producción (previsto en abril) de la planta fotovoltaica en la instalación de Miguel Yuste.

CAMBIO CLIMÁTICO

a) Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero

Las emisiones directas calculadas de gases de efecto invernadero derivadas de la actividad de PRISA por el consumo directo de combustibles (gas natural y gasoil) y de energía han sido:

	Emisiones año 2019 (t CO ₂ eq)	Emisiones año 2018 (t CO ₂ eq)	% variación emisiones
Alcance 1 (gas natural y gasoil)	3.722	4.316	-13,8%
Alcance 2 (electricidad)	11.381	13.235	-14,01%

Las relativas al consumo indirecto³ de energía, conforme al Scope 3 del GHG Protocol, que en nuestro caso provienen de los viajes de negocios en vehículos que no son propiedad de PRISA (avión, coches de alquiler, trenes, etc.) y del consumo de papel son las siguientes:

		Total emisiones año 2019 (t CO ₂ eq)	Total emisiones año 2018 (t CO ₂ eq)	% variación emisiones
Avión	Vuelos corta distancia	4.135	3.648	13,4%
	Vuelos media distancia	1.062	1.050	1,2%
	Vuelos larga distancia	3.092	3.148	-1,8%
Tren		118	153	-23%
Coche	Diésel	2.158	2.712	-20,43%
	Gasolina	3.523	2.829	24,54%
Papel		38.228	35.688	7,1%
Total Alcance 3		52.317	49.228	6,27%

MEDIDAS ADOPTADAS ANTE EL CAMBIO CLIMÁTICO

Como se ha indicado anteriormente, en 2019 se han puesto en marcha medidas de eficiencia energética que han contribuido a la reducción de la huella de carbono de nuestra actividad relativa al consumo de combustibles y energía.

Es en la actividad ordinaria y en el desarrollo de nuestros negocios donde la huella

de carbono que se genera tiene un peso relativo mayor, y las principales medidas tomadas para amortiguar las emisiones derivadas son:

- **Papel.** Tanto Santillana como Prensa (PRISA Noticias) están inmersas en un proceso de digitalización de contenidos que conllevará una disminución progresiva del consumo de papel. Santillana, con su estrategia Edutech, y Prensa (PRISA Noticias), con delegaciones como Brasil (100% digital) o la discontinuidad de la impresión de ediciones latinoamericanas de El País son ejemplos de ello.
- **Viajes.** La actividad del Grupo se despliega en múltiples países, ya sea con negocios implantados localmente o por la necesidad de cubrir eventos, hechos significativos o relevantes, etc. Ante esta situación y siendo PRISA plenamente consciente del impacto ambiental que sus desplazamientos generan, el Grupo ha actualizado en junio de 2019 su *Política de gastos de representación y viajes*, donde, entre otras medidas, se marca expresamente la necesidad de considerar la realización de cualquier viaje para sustituirlo por métodos de comunicación telemáticos como videoconferencias o llamadas.

² Indicadores GRI-305-1 y 2

³ Indicador GRI-305-3

GOBIERNO CORPORATIVO

NOVEDADES DEL EJERCICIO

Como principales novedades del ejercicio 2019, cabe destacar que en abril de 2019 PRISA llevó a cabo una ampliación de su capital social por un importe efectivo total (nominal más prima de emisión) de 141.228.699,18 €, que fue destinado a financiar parcialmente la adquisición del 25% del capital de Grupo Santillana Educación Global, S.L.

Adicionalmente, y con objeto de reforzar la estructura financiera del Grupo, en septiembre de 2019 el Consejo de Administración de PRISA acordó vender a Cofina SGPS, S.A. (Cofina) la totalidad de la participación que PRISA tiene en su filial Vertex SGPS, S.A. (Vertex), que a su vez es titular del 94,69% de Grupo Media Capital SGPS, S.A. La ejecución de la operación está prevista para el primer trimestre de 2020.

Los principales cambios en el órgano de administración y en el equipo de gestión han sido los siguientes:

- *Sucesión del presidente no ejecutivo del Consejo de Administración.* En el Consejo de Administración celebrado en diciembre de 2018 se puso en marcha la sucesión de don Manuel Polanco Moreno en su cargo de presidente no ejecutivo de PRISA, y el consejo designó a don Javier Monzón de Cáceres (en ese momento vicepresidente no ejecutivo y consejero coordinador) para sustituirle como presidente no ejecutivo del Consejo de Administración. Los referidos cese y nombramiento surtieron efectos con fecha 1 de enero de 2019.
- *Vicepresidente no ejecutivo del Consejo de Administración.* En abril de 2019, el consejero don Joseph Oughourlian fue nombrado vicepresidente no ejecutivo del Consejo de Administración.

- *Cambios en la composición del Consejo de Administración y de las Comisiones del Consejo:*

- En junio y julio de 2019, los señores don Waleed Alsa'di y don Francisco Gil cesaron como consejeros y fueron, respectivamente, sustituidos por dos consejeras independientes: doña Beatrice de Clermont y doña María Teresa Ballester.
- Se han reorganizado las Comisiones del Consejo (Comisión Delegada, Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento y Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo), en las que se han ajustado tanto el número de miembros como su composición.

- *Alta dirección.* Se han producido cambios en el perímetro de la alta dirección, con la sustitución de la anterior consejera delegada de Media Capital, doña Rosa Cullel, por don Luis Cabral, y con la incorporación de don Jorge Bujía como director de Control de Riesgos y Control de Gestión.

ÓRGANOS DE GOBIERNO

La revisión constante de la orientación de la actuación de la sociedad en materia de responsabilidad social corporativa constituye un principio fundamental de la labor de sus máximos órganos de gobierno, que responden a una estrategia de sostenibilidad y de reputación corporativa, que redundará en beneficio no solo de los accionistas e inversores, sino también de los empleados de la compañía, de sus proveedores y de los demás grupos de interés, en la vocación de continuar siendo una empresa responsable y sostenible ante la sociedad.

La Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración son los máximos órganos de gobierno de la compañía.

Composición y organigrama del consejo de administración y responsabilidades de las comisiones en los ámbitos económico, ambiental o social

El Consejo de Administración de la compañía cuenta con un presidente y un vicepresidente no ejecutivos y un consejero delegado, que es el primer ejecutivo del Grupo.

Al presidente no ejecutivo del consejo le corresponden las funciones de organización del consejo y de impulso y desarrollo del buen gobierno de la sociedad, previstas en el Reglamento del Consejo.

El consejero delegado tiene delegadas todas las competencias del consejo que son susceptibles de delegación y es el primer ejecutivo de la Compañía.

Sin perjuicio de las facultades delegadas en el consejero delegado, el Consejo de Administración cuenta con una Comisión Delegada, que asume todas las facultades y competencias del consejo susceptibles de delegación, de acuerdo con la Ley y con las limitaciones establecidas en el Reglamento del Consejo de Administración. Además, el consejo cuenta con una Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento y una Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo.

El consejero delegado apoya su gestión en los miembros del Comité de Dirección, los cuales forman parte de la alta dirección de la compañía.

Los altos directivos son nombrados por el consejo, a propuesta del consejero delegado, previo informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo, y están bajo la dependencia directa del consejero delegado.

Entre las funciones del consejo, definidas en el Reglamento del Consejo de Administración, y en línea con las recomendaciones de buen gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), se encuentran cuestiones económicas, sociales y ambientales, como son la aprobación de la política de responsabilidad social corporativa (que fue aprobada en diciembre de 2018).

Adicionalmente, las diferentes comisiones (la Comisión Delegada, la Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo) tienen responsabilidad en la toma de decisiones sobre los ámbitos económico, ambiental o social.

Concretamente, la Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento tiene, entre otras funciones, la de evaluar todo lo relativo a los riesgos no financieros de la empresa –incluyendo los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medioambientales, políticos y reputacionales–, y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo tiene, entre otras competencias, las relacionadas con la estrategia de gobierno corporativo, responsabilidad social corporativa y sostenibilidad y, en particular, la de proponer al Consejo de Administración la aprobación de esta memoria anual de Responsabilidad Social Corporativa.

La Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo han emitido sus respectivos informes anuales en los que se describen las funciones y actividades desempeñadas durante el ejercicio 2019.

Política de selección de consejeros y diversidad

En el *Informe anual de gobierno corporativo (IAGC)*, se detalla la composición del Consejo de Administración que, a 31 de diciembre de 2019, estaba integrado por 13 consejeros: 1 consejero ejecutivo, 5 consejeros dominicales y 7 independientes.

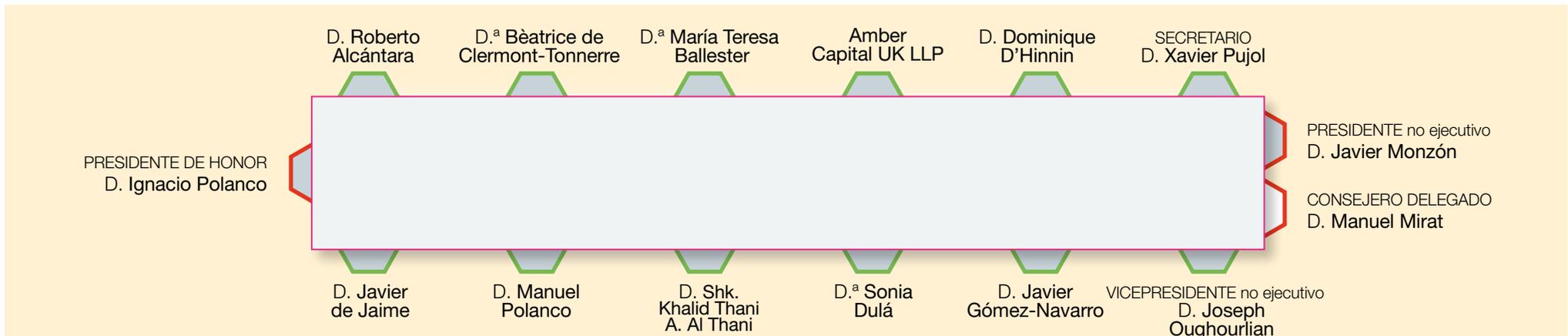
El Consejo de Administración está integrado por profesionales con alta cualificación y honorabilidad profesional y personal, con capacidades y competencias en distintos ámbitos y sectores de interés para la compañía y con procedencia de distintos países. Los consejeros cuentan con distintos perfiles académicos y una destacada trayectoria profesional (véanse perfiles y notas biográficas en www.prisa.com).

La compañía tiene una *Política de selección de consejeros* cuyos principios y objetivos pueden resumirse en lo siguiente: i) diversidad en la composición del consejo, ii) adecuado equilibrio en el consejo en su conjunto, con lo que se busca a personas cuyo nombramiento favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias, procedencia y género, y iii) que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total de miembros del consejo, de conformidad con la recomendación del *Código de buen gobierno de la CNMV*.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y COMISIONES DEL CONSEJO

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

CONSEJEROS EJECUTIVOS D. Manuel Mirat (consejero delegado)	CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES D. Roberto Alcántara D. Shk. Khalid Thani A. Al Thani Amber Capital UK LLP (representada por <i>D. Fernando Martínez Albacete</i>) D. Joseph Oughourlian (vicepresidente no ejecutivo) D. Manuel Polanco	CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES D. Javier Monzón (presidente no ejecutivo) D.ª María Teresa Ballester D. Dominique D'Hinnin D.ª Bèatrice de Clermont-Tonnerre D. Javier de Jaime D.ª Sonia Dulá D. Javier Gómez-Navarro	SECRETARIO NO CONSEJERO D. Xavier Pujol
----------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------



DICIEMBRE 2019

Comisión Delegada	Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento	Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo
PRESIDENTE D. Javier Monzón	PRESIDENTE D. Dominique D'Hinnin	PRESIDENTE D.ª Sonia Dulá
VOCALES D. Javier de Jaime D.ª Sonia Dulá D. Manuel Mirat D. Joseph Oughourlian D. Manuel Polanco	VOCALES D.ª María Teresa Ballester D.ª Sonia Dulá D. Fernando Martínez (en representación de Amber Capital UK LLP)	VOCALES D.ª Bèatrice de Clermont Tonnerre D. Javier Gómez-Navarro D. Joseph Oughourlian
SECRETARIO D. Xavier Pujol	SECRETARIO D. Xavier Pujol	SECRETARIO D. Xavier Pujol

La Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo (CNRGC), en su reunión del 28 de enero de 2020, ha realizado la verificación anual del cumplimiento de la *Política de selección de consejeros*, y ha considerado que la composición actual del Consejo de Administración es razonablemente diversa en cuanto al perfil, formación, experiencia y cualificación profesional, habilidades, edad y procedencia geográfica de los consejeros, y que existe un equilibrio positivo en su conjunto, si bien el grado de diversidad de género, aunque ha mejorado notablemente con la incorporación de dos consejeras en 2019, sigue siendo insuficiente. Por tanto, se tiene prevista la incorporación de una mujer más al consejo para poder dar cumplimiento, en 2020, al objetivo fijado en materia de diversidad de género.

Durante los procesos de selección de consejeros que ha llevado a cabo la compañía en el ejercicio 2019, se ha tenido muy presente la diversidad, como criterio que ha de guiar la composición del Consejo de Administración y, muy especialmente, la diversidad en materia de género.

La compañía cuenta con tres consejeras, que representan un 23,08% del número de miembros del consejo. Por tanto, se precisa la incorporación de una mujer más al Consejo de Administración para poder dar cumplimiento, en 2020, al objetivo fijado en materia de diversidad de género.

En el IAGC se detallan los resultados del análisis realizado por la CNRGC y las acciones de futuro para continuar con la mejora en materia de diversidad de género. Durante el ejercicio 2020 expirará el mandato de varios miembros del consejo, por lo que la CNRGC y el Consejo están trabajando para acometer una reorganización que facilitará la incorporación de más mujeres al Consejo de Administración.

I Conflictos de interés

El *Reglamento del Consejo de Administración*, el *Código ético* de la compañía y el *Reglamento Interno de Conducta* en materias relativas a los mercados de valores (RIC) definen la forma de actuar, prevenir y, en su caso, actuar ante los casos de posibles conflictos de interés.

I Evaluación del Consejo de Administración y de sus comisiones

El Consejo de Administración realiza una evaluación anual del funcionamiento del consejo y de sus comisiones que incluye, entre otras, cuestiones de gobierno corporativo y de responsabilidad social. Este proceso está regulado en el Reglamento del Consejo y se da cuenta del mismo en el IAGC.

Como novedad, este año la compañía ha realizado un ejercicio de evaluación (la correspondiente al ejercicio 2019) con el asesoramiento de un externo independiente. La evaluación se ha realizado sobre el funcionamiento del Consejo de Administración, de sus comisiones, así como del desempeño de funciones por el presidente del consejo, por el consejero delegado y por los presidentes de las comisiones.

I Interlocución con los grupos de interés

El Grupo posee una estructura y unas reglas de gobierno profesionales, con experiencia y eficacia probadas, y desarrolla una política de comunicación corporativa que facilita, en cada área de actividad, las condiciones para la interlocución con los grupos de interés.

Concretamente, PRISA cuenta con una *Política de comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto* en la que se recogen los principios básicos que han de regir la comunicación con dichos colectivos, así como los principales canales de comunicación de la compañía. Asimismo, el *Código ético* cuenta con normas de actuación específica en las relaciones entre PRISA y sus distintos grupos de interés.

La dirección de cada una de las unidades de negocio adopta todas las medidas necesarias con la finalidad de asegurar la comunicación fluida con la pluralidad de intereses y sensibilidades sociales. Los medios de comunicación del Grupo tienen permanentemente abiertos distintos canales a tal fin.

De forma permanente, disponen de canales institucionales para acoger sugerencias, críticas y quejas y organizan actos de visita a sus instalaciones, con la finalidad de acercarse a los distintos grupos sociales, y permanecen atentos a las

sensibilidades de los diferentes grupos de interés y abiertos al debate de ideas, que sirven para enriquecer a la sociedad en su conjunto. Asimismo, los grupos de interés pueden hacer llegar sus consultas, sugerencias y quejas al Centro Corporativo, a través del Departamento de Comunicación, la Oficina de Relación con Inversores y la Oficina de Atención del Accionista.

Además, los máximos responsables de la dirección de las unidades de negocio informan periódicamente al Consejo de Administración de la compañía sobre la evolución y novedades de su respectiva actividad, proyectos en marcha y su interlocución con los grupos de interés.

PRINCIPIOS DE FUNCIONAMIENTO Y ORGANIZACIÓN DE LA GOBERNANZA EDITORIAL DE GRUPO

La naturaleza de las actividades de PRISA hace que los marcos habituales de buen gobierno societario no resulten suficientes, en particular si se quiere preservar, de acuerdo con la trayectoria seguida consistentemente por el Grupo, una posición de editor de medios de referencia basada en el rigor, la integridad y la credibilidad.

Para ello el Grupo procura atraer y retener a profesionales de primer nivel y les proporciona el marco adecuado para que desarrollen su quehacer con plena independencia, en el marco del ideario y de la línea editorial del grupo, fruto de su vocación fundacional y de su desarrollo histórico:

- Independencia entendida como la capacidad para actuar con libertad y sin condicionantes frente a personas y grupos políticos, ideológicos, económicos o de otra naturaleza que pretenden influir en el contenido editorial.
- Ideario y línea editorial basados en un contraste con personalidades de reconocido prestigio y cualificación de forma continuada y sistemática.

El Comité Editorial del Grupo se rige por unos **Principios de funcionamiento y organización** aprobados por el Consejo de Administración.

Asimismo rige el principio de evitar la excesiva concentración de poder (tanto en los propios directores de los medios como en los órganos de apoyo y supervisión de sus funciones y actividades), y se arbitran mecanismos de contrapeso equilibrados y ponderados.

El Consejo de Administración no participa directamente en los procesos de definición de los contenidos, si bien su consejero delegado, don Manuel Mirat, y el consejero don Manuel Polanco forman parte de los órganos de administración de otras sociedades del Grupo.

También algunos miembros de la alta dirección de la compañía forman parte de los máximos órganos de administración de las unidades de negocio, y pueden ostentar funciones ejecutivas en alguna de ellas.

Existe un Comité Editorial del Grupo, dependiente del Consejo de Administración de PRISA, cuya misión es apoyar y aconsejar a los directores y equipos de opinión y redacción de los medios para asegurar que desarrollen su labor tras un contraste y debate apropiados para la selección y enfoque de los temas. Este comité se rige por unos *Principios de funcionamiento y organización* aprobados por el Consejo de Administración.

El Comité Editorial está compuesto por un mínimo de 16 miembros y un máximo de 20, entre miembros internos y externos. Entre los miembros internos, son miembros natos el presidente no ejecutivo del Consejo de Administración de PRISA, el consejero delegado de PRISA, la directora del diario EL PAÍS y el director de la Cadena SER. Además, entre los miembros internos habrá destacados directores de opinión, redactores o presentadores del grupo, y directores corporativos o consejeros de sociedades del grupo.

Los miembros externos son personalidades de reconocida solvencia profesional pertenecientes a los ámbitos de la política y la sociedad, la alta función pública, la academia, el periodismo, la economía y la empresa, la cultura, las artes, la ciencia y la tecnología, y se procura que existan entre ellos pluralidad y diversidad de género.

El Comité Editorial se reúne semanal o quincenalmente para analizar y debatir cuestiones de actualidad que necesiten de una reflexión conjunta. En ellas pueden participar especialistas externos en las correspondientes materias.

EL PAÍS

El director del periódico es el responsable de la línea editorial ante los lectores y los tribunales, en el marco de los principios enunciados en el Estatuto de Redacción. A tales fines, mantiene el derecho de veto sobre todos los originales, incluidos los de publicidad. Igualmente, organiza y coordina los trabajos en la redacción.

Antes de que el Consejo de Administración de la sociedad editora proceda al nombramiento del cargo, el presidente o el consejero delegado deben hacer llegar al Comité de Redacción la propuesta de nombramiento. Si dos tercios del censo total de la redacción se opusieran a ella, mediante escrito razonado por el Comité de Redacción, el Consejo de Administración tendrá en cuenta esta opinión, que

no tiene carácter vinculante.

Los nombramientos de subdirectores, redactores jefes y asimilados serán comunicados previamente por el director al Comité de Redacción. Si dos tercios de la redacción se opusieran a la medida, se tendrá en cuenta esta opinión, que no es vinculante. La oposición será razonada por escrito por el Comité de Redacción.

El estatuto establece que EL PAÍS rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses.

Asimismo, la sociedad editora de EL PAÍS dispone del *Estatuto de la Redacción de EL PAÍS*, aprobado por la junta general de accionistas de PRISA, y su propio Comité de Redacción, órgano de representación profesional de la redacción. El estatuto ordena las relaciones profesionales de la redacción de la publicación con la dirección del diario y la sociedad editora de PRISA, con independencia de las relaciones sindicales y laborales. Se consideran miembros de la redacción todos los periodistas, al margen de la titulación que posean, que realicen tareas de redacción y que estén adscritos a su plantilla al menos con seis meses de antigüedad.



Redacción del periódico EL PAÍS

El estatuto establece que EL PAÍS rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguarda constituye la razón última del trabajo de redacción.

El estatuto establece que el Comité de Redacción ejerce funciones de mediación entre esta y la sociedad editora.

El director de EL PAÍS debe convocar, al menos mensualmente, una reunión con el Comité de Redacción, que le trasladará cuantas consultas, iniciativas y conflictos hayan surgido en la redacción sobre cuestiones profesionales. El comité, en caso de urgencia, podrá solicitar una reunión extraordinaria con la dirección.

Es competencia del Comité de Redacción convocar y presidir, delegando la presidencia en uno de sus miembros, las asambleas de la redacción, salvo las de carácter sindical, y previo acuerdo con la dirección. Es asimismo competencia del Comité de Redacción convocar, al término de su mandato, la elección del comité que ha de sustituirle. La redacción tendrá derecho, al menos, a una asamblea semestral.

La redacción elige anualmente, entre sus miembros, al Comité de Redacción, integrado por cinco miembros. No son elegibles el director de la publicación, los subdirectores, los adjuntos a la dirección y asimilados. Para la validez de la elección se requiere que vote la mitad más uno del censo de la redacción. La sociedad editora y la dirección darán al Comité de Redacción y a la asamblea las facilidades necesarias para el desempeño de su misión. Los miembros del comité no podrán ser sancionados o despedidos por sus actividades como representantes profesionales.

■ CADENA SER

El *Libro de estilo* de la Cadena SER establece que los preceptos recogidos en el mismo “serán de obligado cumplimiento para los profesionales de PRISA Radio, tanto los relacionados con los contenidos que se transmiten al aire como los que se publiquen en sus medios de Internet, incluidos los publicitarios en ambos soportes”, y que sus principios éticos conciernen a todas las emisoras del Grupo.

Estos principios éticos incluyen aspectos encaminados a garantizar la transmisión de una información veraz, el tratamiento y corrección de errores, la pluralidad, las incompatibilidades de los periodistas de PRISA Radio, los conflictos de interés y todos los asuntos relacionados con la intimidad, el honor, la propiedad intelectual, el tratamiento de asuntos que afectan a menores, la violencia machista o la protección de las minorías, entre otros muchos.

El **Libro de estilo** de la Cadena SER es de obligado cumplimiento. Se trata de un conjunto de normas, de carácter público, que comprometen a todos quienes trabajan en PRISA Radio con los principios del buen periodismo radiofónico.

El cumplimiento estricto de todos estos principios obliga a todos los profesionales de la Cadena SER. La supervisión y coordinación corresponde a la dirección general de Cadena SER, de la que dependen directamente la dirección de Informativos y la dirección de Antena.

En el caso de las operaciones de radio en América Latina, la independencia y

diversidad de los medios viene garantizada por legislaciones que garantizan la libertad de expresión, la libertad de prensa y el derecho a la información. Aunque las circunstancias en cuanto al respeto de las libertades fundamentales no siempre son las deseables en determinados países del continente, en este momento PRISA Radio actúa en mercados donde, más allá de los condicionantes de una actividad regulada como la radiofónica, existe respeto por la autonomía y libertad editorial de las empresas periodísticas.

A un segundo nivel, la calidad y el buen trabajo periodístico y de entretenimiento vienen garantizados por la cultura y acervo del grupo, que se plasma en la elección de sus responsables, tanto de las áreas de negocio como de las estrictamente periodísticas. Es eso lo que otorga a todas las cadenas habladas y musicales una línea de coherencia en cuanto a rigor, independencia, respeto, pluralidad y diversidad. Todo ello, lógicamente, dentro de las características de cada producto o marca. Ese es el fruto del trabajo de los directores generales, de los responsables de las cadenas, de los directores de los programas y de todos los trabajadores, en antena o fuera de ella, que velan por la autonomía de las redacciones y por la toma de decisiones pertinentes, transparentes y coherentes con la línea editorial del grupo en todos los países en que está presente.

Es de destacar un aspecto que ayuda a mejorar nuestra independencia y rigor: la existencia de un *Libro de estilo* de obligado cumplimiento. Se trata de un conjunto de normas, de carácter público, que comprometen a todos quienes trabajan en PRISA Radio con los principios del buen periodismo radiofónico. El *Libro de estilo* no es un corsé, sino una especie de contrato de los trabajadores de PRISA Radio con sus oyentes y usuarios digitales. Es la garantía, no de la infalibilidad, sino del compromiso con el rigor y la independencia.

■ MEDIA CAPITAL

Por lo que respecta a Media Capital, la independencia editorial en Portugal está protegida por la ley, en materias que afecten al trabajo de los periodistas y la información que producen (no a los contenidos de otra naturaleza). Así se establece y garantiza en la Constitución, en las leyes sectoriales (TV, prensa, radio) y en los estatutos editoriales, controlados por un regulador sectorial de los medios

Los contenidos que se imparten y la manera de enseñar y aprender en el centro escolar emergen como claves del proceso educativo y, por lo tanto, son los elementos fundamentales de nuestro trabajo.

de comunicación social (ERC). Está prohibido por la ley de televisión que los gestores o miembros del consejo de administración interfieran en la línea editorial o en los contenidos periodísticos, pues estas materias se reservan al director de información, responsable de la orientación y supervisión de los contenidos periodísticos elaborados por la redacción. Las sanciones son graves y fijadas por ley. Por tanto, no existe en el ámbito de Media Capital, en relación con los contenidos infor-

mativos, ningún comité que pueda tratar de los contenidos periodísticos o del área de la información, fuera del ámbito de la dirección de Información o de la redacción de TVI/radio/prensa.

I SANTILLANA

Por lo que se refiere a Santillana, los contenidos de los libros que edita el Grupo en todo el mundo vienen condicionados por los currículos que el gobierno de cada país o administración determina para cada una de las asignaturas escolares. Los contenidos que se imparten y la manera de enseñar y aprender en el centro escolar emergen como claves del proceso educativo y, por lo tanto, son los elementos fundamentales de nuestro trabajo. Por eso, interpretar los currículos de los países donde Santillana desarrolla su labor, responder con proyectos pedagógicos de calidad que acerquen al docente las diferentes metodologías de trabajo, presentar contenidos en nuevos soportes que ayuden a escolarizar la tecnología es nuestro reto, pero también nuestra responsabilidad e ilusión.

En todos los lugares donde se editan libros y materiales educativos existen comités corporativos, globales y nacionales, convocados de manera regular y continuada, para tomar decisiones referidas a la construcción del proceso editorial: fundamentos de los proyectos, objetivos educativos innovadores, estrategias empresariales,

financieras y comerciales, acciones dirigidas a la creación y comunicación de los textos, etc. En todas las casas Santillana existen comités editoriales que deciden sobre los contenidos que deben editarse o sobre los aspectos científicos, gráficos, de redacción o de producción que se deben poner en funcionamiento. Los comités se reúnen regularmente y son nacionales (de dirección, editorial, comercial, etc.) y globales (con cada uno de los países, con los países en conjunto, con países que pertenecen a un programa editorial singular...). Desde el centro corporativo de Santillana se coordinan estos comités y se vela por el cumplimiento de la normas y leyes de cada país.

COLABORACIÓN CON RELEVANTES ASOCIACIONES E INSTITUCIONES

PRISA o las sociedades que componen el Grupo forman parte de las más relevantes asociaciones profesionales de ámbito nacional e internacional, y participan activamente en distintas organizaciones sectoriales para impulsar las mejores prácticas y el mejor intercambio de ideas en todos los países en los que está presente.

Una de las asociaciones de las que PRISA forma parte es la asociación integrada por emisores de valores españoles, denominada Emisores Españoles, que tiene como objetivos básicos: i) fomentar medidas que refuercen la seguridad jurídica en todo lo relacionado con la emisión de valores cotizados y participar en el desarrollo de un mejor marco legal tanto en el ámbito nacional como europeo, ii) contribuir al desarrollo de estándares elevados de gobierno corporativo, iii) promover la comunicación entre las sociedades y sus accionistas, y iv) mantener una relación de diálogo y cooperación con la Administración y, en especial, con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

En el área de educación, Santillana participa en distintas asociaciones, tanto en España como en América Latina. En el ámbito nacional, Santillana es miembro de la Asociación Española de Editores de Libros y Material de Enseñanza (ANELE), de la Federación de Gremios de Editores de España (FGEE), de la Asociación de Editores de Madrid y del Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO). En los países de Latinoamérica donde está presente, la compañía también pertenece

a asociaciones sectoriales homólogas. Además, en el ámbito internacional, Santillana es miembro del International Group of Educational Publishers (IGEP) y pertenece al World Wide Web Consortium (W3C) y al IMS Global Learning Consortium y otras asociaciones del sector educativo.

En el área de prensa, EL PAÍS forma parte del Leading European Newspaper Alliance (LENA), formada por *La Repubblica*, *Le Figaro*, *Die Welt*, *Le Soir*, *Tribune de Genève* y *Tages Anzeiger*, asociación que trabaja en intercambio de información, colaboración en proyectos tecnológicos e intercambio de personal. También pertenece a la Asociación de Editores de Revistas Culturales de España (ARCE), cuyo propósito es poner en común los recursos e instrumentos necesarios para la promoción de proyectos culturales y empresariales, así como al Centro Español de Derechos Repográficos (CEDRO), encargado de defender y gestionar de forma colectiva los derechos de propiedad intelectual derivados de usos secundarios (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) de autores y editores de libros, revistas, periódicos y partituras. Pertenece también a la Asociación Mundial de Periódicos y Editores de Noticias (WAN-IFRA), que representa a más de 18.000 publicaciones, 15.000 páginas web y más de 3.000 empresas en más de 120 países, y a la Online Publishers Association Europe (OPA Europe), entidad que representa los intereses de los editores de noticias de Internet de calidad ante la comunidad publicitaria, la prensa, todas las instituciones gubernamentales y europeas y el público en general.

EL PAÍS, AS y Cinco Días son miembros de la Asociación de Medios de Información (AMI, antes AEDE), que con más de 80 diarios asociados y más de 35 años de historia representa a los medios españoles ante las distintas instituciones nacionales, europeas e internacionales, y de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), formada por 160 empresas gestoras o relacionadas con medios de comunicación y que se encarga de elaborar el Estudio General de Medios (EGM).

En el área de radio, la Cadena SER es miembro de la Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC), de la Asociación de Medios Publicitarios de España (AMPE), de la Asociación Española de Anunciantes (AEA), de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), de la Asociación para la



Equipo Cadena SER

Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) y de PROMUSICAE (Productores de Música de España), que representa a la industria discográfica de España.

En Portugal, Grupo Media Capital participa en la Plataforma de los Medios de Comunicación Social Portugueses (PMP), que agrupa a los principales medios de prensa, radio y televisión; en la Asociación Portuguesa para el Desarrollo de las Comunicaciones (APDC) y en la Comisión de Análisis y Estudio de Medios (CAEM). También es miembro de la dirección de Asociación de Comercio Electrónico y Publicidade Interactiva (ACEPI); de la dirección de la Associação Interactiva Advertising Bureau Portugal (AIABP); de la Associação de Editores de Obras Musicales (AEOM); de la Asociación para la Distribución y Gestión de Derechos (AUDIOGEST); de la Associação Portuguesa de Radiodifusão (APR); de GEDIPE (asociación para la gestión de los derechos de autores, productores y editores); del Movimiento contra la Pirataría (MAPINET) y del Instituto Civil da Autodisciplina da Comunicação Comercial (ICAP).

CUMPLIMIENTO Y GESTIÓN DE RIESGOS

CUMPLIMIENTO: CÓDIGO ÉTICO, UNIDAD DE CUMPLIMIENTO, CANAL DE DENUNCIAS

PRISA está comprometido con el cumplimiento riguroso de toda la normativa que le es aplicable y con los principios y normas de conducta que se incluyen en su *Código ético*, que es el pilar sobre el que se construye todo su modelo de cumplimiento.

El *Código ético* contiene el catálogo de principios y normas de conducta que han de regir la actuación de las compañías que forman el Grupo y de todos sus profesionales, con el fin de procurar un comportamiento ético y responsable en el desarrollo de su actividad. Está accesible en español, inglés y portugués tanto en la web corporativa de PRISA como en la intranet del Grupo, y forma parte del *pack* de bienvenida que se entrega a todos los empleados en el momento de su contratación.

El código recoge unos principios éticos generales de respeto a los derechos humanos y libertades públicas, desarrollo profesional, igualdad de oportunidades, no discriminación y respeto a las personas, salud y seguridad en el trabajo y protección del medioambiente.

Asimismo, la sociedad cuenta con una Unidad de Cumplimiento, órgano colegiado encargado entre otras funciones de velar y promover el comportamiento ético de empleados, asociados y miembros del Grupo e identificar, gestionar y mitigar riesgos de cumplimiento.

La Unidad de Cumplimiento también asume las funciones del Órgano de Prevención Penal previsto en el Código Penal. Asimismo, ha de informar a la Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento acerca de sus actividades y decisiones en relación con el *Reglamento interno de conducta* en materias relativas a los mercados de valores (RIC), así como sobre las incidencias relacionadas con el *Código*

El **Código ético** contiene el catálogo de principios y normas de conducta que han de regir la actuación de las compañías que forman el Grupo y de todos sus profesionales.

ético y sus políticas de desarrollo, para que dicha comisión pueda examinar el cumplimiento de las reglas de gobierno de la sociedad y haga, en consecuencia, las propuestas necesarias para su mejora. A la Unidad de Cumplimiento de PRISA le corresponde la correcta aplicación del RIC y la interpretación última del *Código ético*, y ha de resolver las dudas o cuestiones que se le planteen sobre su aplicación y contenido, así como cualquier otro asunto relacionado con normativa interna y cumplimiento.

Las principales Unidades de Negocio del Grupo cuentan con sus respectivas unidades de cumplimiento, las cuales dependen funcionalmente de la Unidad de Cumplimiento de PRISA, con la que actúan de forma coordinada. A su vez, algunas sociedades del Grupo, por su relevancia o por requerimientos de la legislación de los países en que operan, tienen constituidas unidades de cumplimiento específicas o designado un responsable de cumplimiento. En este sentido, existen responsables o unidades de cumplimiento en sociedades de Brasil, Portugal, México, Ecuador, Colombia y El Salvador.

Adicionalmente, PRISA dispone de un canal de denuncias cuyos mecanismos de gestión quedan recogidos en el *Informe anual de gobierno corporativo*.

Para realizar consultas relacionadas con el *Código ético* y otros asuntos en materia de normativa interna y cumplimiento, los empleados de la sociedad también

disponen de un buzón de cumplimiento (cumplimiento@prisa.com) gestionado por la Unidad de Cumplimiento de PRISA.

Asimismo, existen buzones de cumplimiento asociados a las Unidades de Cumplimiento de cada negocio redireccionados al buzón de cumplimiento de la sociedad, a través de los cuales se pueden trasladar dudas sobre el *Código ético* y otras materias, así como denuncias de comportamientos indebidos. En el tratamiento de las denuncias recibidas a través de estos buzones se sigue un procedimiento análogo al definido para las recibidas a través del canal de denuncias.

En 2019 se recibieron 33 denuncias, 3 más de las que se abordaron en el ejercicio 2018. De ellas, 23 carecían de fundamento, 4 fueron por corrupción, 1 por acoso laboral, 3 de diversa naturaleza y 2 están en proceso de análisis.

I Respeto a los derechos humanos

El *Código ético* de PRISA recoge entre otros los principios éticos generales de respeto a los derechos humanos. PRISA se compromete a respetar y proteger los derechos humanos y las libertades públicas. En este compromiso destaca como objetivo principal el respeto a la dignidad humana.

Asimismo, la inclusión en los procesos de contratación de cuestiones sociales, igualdad de género y ambientales se refuerzan con nuestros proveedores a través de las condiciones generales de contratación disponibles en nuestra web corporativa.

Del total de denuncias recibidas y abordadas en el ejercicio 2019, 11 quedan incluidas en el ámbito de los derechos humanos y específicamente se refieren a temas de acoso laboral. Una vez analizadas, se ha concluido que solo una estaba fundamentada.

I Lucha contra la corrupción y el soborno

En el *Código ético* se recogen los principios básicos en materia de control interno y prevención de la corrupción, y se regulan aspectos como la transparencia, veracidad y fiabilidad de la información, y control de registros, sobornos y medidas

En el **Código ético** se recogen los principios básicos en materia de control interno y prevención de la corrupción, y se regulan aspectos como la transparencia, veracidad y fiabilidad de la información.

contra la corrupción, prevención del blanqueo de capitales e irregularidades en los pagos.

Durante el ejercicio 2019, a través de la intranet corporativa se ha dado acceso a todos los empleados del Grupo a la *Guía de cumplimiento*, que presenta de forma sencilla y con ejemplos prácticos algunas normas de conducta y principios establecidos en el *Código ético*, entre otros el relativo a prácticas laborales justas y aspectos relacionados con actuaciones de lucha contra la corrupción, como pagos indebidos,

blanqueo de capitales y relaciones con la Administración y proveedores.

Asimismo, en el ejercicio 2019, se creó en la intranet del Grupo un apartado específico sobre la Unidad de Cumplimiento en el que además de definirse las principales funciones de esta, se facilita el acceso directo a todos los empleados a algunas de las políticas relevantes en este ámbito, incluido el *Código ético* y la mencionada *Guía de cumplimiento*. Para comunicar la disponibilidad de este nuevo epígrafe y de la *Guía de cumplimiento* se utilizaron respectivamente un *interestial* y un *banner* de publicidad digital en la web corporativa.

Adicionalmente, durante el ejercicio 2019 todos los empleados en el Grupo recibieron la nueva edición del *Código ético*, aprobada por el Consejo de Administración el 29 de abril de 2019.

Los principios en materia de control interno y prevención de la corrupción se refuerzan con otras normas básicas en nuestro modelo de cumplimiento como son la *Política en materia de anticorrupción*, que establece unas pautas, cautelas y procedimientos que tienen que ser observados por todos los profesionales y empresas del Grupo en el ejercicio de su actividad empresarial.

Asimismo, otra norma básica son las directrices emitidas para reforzar las medidas para prevenir y evitar, por parte de las empresas del Grupo, la realización de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas o ilícitas.

La sociedad cuenta también entre sus normas básicas con una *Política de regalos*, que tiene como fin orientar a los profesionales y órganos de responsabilidad del Grupo para tomar las decisiones correctas ante la aceptación y ofrecimiento de regalos, servicios u otras atenciones, en el marco de las relaciones comerciales de PRISA.

Por otro lado, junto con el *Código ético* y las normas básicas relacionadas en el epígrafe anterior, otro de los pilares sobre los que se construye el modelo de cumplimiento es el *Modelo de prevención y detección de delitos*. Específicamente para la prevención y detección de la corrupción y el soborno, es fundamental contar con la matriz de riesgos y controles penales, estando el modelo de prevención y detección de delitos sometido a un proceso continuo de verificación y actualización para asegurar su efectividad y el correcto funcionamiento de los controles en él establecidos.

De las 33 denuncias recibidas y analizadas en 2019, siete corresponden a corrupción, frente a las diez denuncias de la misma naturaleza abordadas en 2018. De las denuncias de corrupción gestionadas en 2019, cuatro estaban fundamentadas, frente a las dos del ejercicio 2018. Como en el ejercicio anterior, se han adoptado las medidas de corrección correspondientes.

A su vez, el Grupo dispone de otra serie de políticas y procedimientos como medidas adicionales para prevenir sobornos y luchar contra la corrupción, entre los que destacamos los siguientes:

- Procedimiento de actuación ante las administraciones públicas.
- Política de defensa de la competencia.
- Estructura de apoderamientos restrictiva y muy controlada.
- Política de compras y gastos de representación (revisada en junio de 2019).

Por lo que se refiere al protocolo de actuación en casos de corrupción, soborno o blanqueo, se ponen a disposición del empleado y terceros el canal de denuncias

y los buzones de cumplimiento. Además, en el caso del empleado, se le orienta a que consulte al superior jerárquico o a Recursos Humanos, y se promueve la ‘denuncia sin miedo’, al prohibirse en el propio *Código ético* cualquier tipo de represalia contra el empleado que denuncia de buena fe infracciones o potenciales conductas indebidas.

GESTIÓN DE RIESGOS

PRISA realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las principales sociedades que componen su Grupo.

El *Sistema de gestión de riesgos* funciona por unidad de negocio, y se consolida a nivel corporativo a través de un modelo de gestión integral, entre otras herramientas específicas. Asimismo, el Grupo dispone de un mapa de riesgos, como herramienta de representación gráfica utilizada para identificar y valorar los riesgos de las actividades de las unidades de negocio y del Grupo.

La identificación de los riesgos es realizada por las direcciones generales de las unidades de negocio y del corporativo, y se identifican tanto los responsables de la gestión de cada riesgo como los planes de acción y controles asociados. Periódicamente la dirección de Auditoría Interna agrega y homogeneiza los riesgos identificados por cada unidad de negocio, con objeto de elaborar los mapas de

riesgos del Grupo y de los negocios, que se reportan a la Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento. En el *Informe de gestión* se detallan los principales riesgos del Grupo.

Por otro lado, hay que señalar que el Grupo posee un modelo de control interno sobre la información financiera (SCIIF) desarrollado inicialmente a partir del marco metodológico de COSO 1992, que fue adaptado durante el ejercicio 2014 al nuevo marco de COSO 2013.

El **Sistema de gestión de riesgos** funciona por unidad de negocio, y se consolida a nivel corporativo a través de un modelo de gestión integral.

Asimismo, para la gestión de los riesgos penales, PRISA cuenta con un *Modelo de prevención y detección de delitos* en España y está desarrollando modelos de cumplimiento normativo en los principales países en los que está presente: Brasil, México y Colombia. En el contexto de los modelos de cumplimiento se analizan, entre otros, los riesgos medioambientales, de relaciones laborales y de corrupción y soborno asociados a las distintas actividades y operativas de negocio. Para cada uno de estos riesgos, el Grupo define, en función de su impacto en los negocios, actividades de control que mitigan la exposición al riesgo.

Adicionalmente, el Grupo dispone de *Mapas de riesgos no financieros*, tanto a nivel corporativo como para las áreas de negocio de Educación, Radio y Prensa. El proyecto de elaboración del *Mapa de riesgos no financieros* y revisión de la información no financiera a consolidar adquirió un **marcado carácter estratégico** considerando dos aspectos: la **necesidad de involucrar a numerosas áreas de gestión** de la compañía a nivel corporativo y, especialmente, la **implicación de las unidades de negocio**, y en segundo lugar la necesidad de reforzar la fiabilidad en la gestión de riesgos de la compañía y en el desempeño en aspectos no financieros.

Este proceso comenzó con la definición del universo de riesgos no financieros y la identificación de aquellos que pudieran suponer un impacto potencial sobre el actual modelo de negocio del Grupo en cualquiera de sus actividades y regiones de actividad. Los responsables corporativos determinaron cuáles de ellos podían ser de aplicabilidad o no, dentro de las actividades de PRISA.

En este sentido, se seleccionaron 20 riesgos relevantes que fueron valorados y priorizados en términos de impacto (repercusiones en resultados económicos, reputacionales, de continuidad de negocio o capacidad de financiación) y probabilidad de ocurrencia (posibilidad de materialización del riesgo considerando el entorno de control existente). Para la valoración del entorno de control presente se tuvo en cuenta la existencia de políticas, procedimientos y controles disponibles para mitigar o corregir los riesgos, muchos de ellos ya recogidos en el *Modelo de prevención de delitos*.

Como resultado final del análisis realizado se obtuvo una matriz y mapa de riesgos no financieros para el Grupo cuyos riesgos quedan englobados dentro de cinco

grandes categorías alineadas con los ámbitos que describe la Ley 11/2018 de Información no Financiera y Diversidad. A continuación, se detallan algunos de los riesgos que se han identificado para cada una de las categorías:

- Gestión ambiental: riesgo de suministro sostenible o responsable de materias primas y riesgos de generación de residuos y economía circular.
- Gestión social y de personal: riesgo en la capacidad de atracción y retención del talento, riesgo en el desarrollo del talento y la formación, riesgo en la promoción de la igualdad, riesgo de corrupción y soborno.
- Sociedad: riesgo de afección a consumidores y riesgo de ciberseguridad y privacidad de la información (personal propio, consumidores y cadena de suministro).
- Desempeño de RSC: riesgo de falta de transparencia en el proceso de rendición de cuentas.
- Cadena de suministro: riesgo de vinculación a terceras partes sin un proceso de homologación.

Por último, se ha identificado un listado de indicadores de desempeño para poder hacer seguimiento de la evolución de los riesgos. Estos indicadores se han vinculado a las fichas de recogida de información para facilitar su seguimiento y garantizar una revisión mínima anual por parte de los responsables de las distintas áreas tanto en los negocios como en el corporativo.

ACCIONISTAS E INVERSORES

ESTRUCTURA ACCIONARIAL

A 1 de enero de 2019 el capital social de PRISA era de 524.902.482,24 €, representado por 558.406.896 acciones ordinarias, todas ellas pertenecientes a la misma clase y serie, de 0,94 € de valor nominal cada una.

En abril de 2019 se ha llevado a cabo un aumento de capital social, con derechos de suscripción preferente, por importe de 141.228.699,18 €, en el cual se han emitido y suscrito 150.243.297 acciones de 0,94 € de valor nominal cada una. El tipo de emisión de las acciones ha sido de 1,33 € (de 0,94 € de valor nominal y con una prima de emisión de 0,39 € cada una).

En consecuencia, a 31 de diciembre de 2019 el capital social de PRISA era de 666.131.181,42 € y se encuentra representado por 708.650.193 acciones ordinarias, todas ellas pertenecientes a la misma clase y serie, de 0,94 € de valor nominal cada una, íntegramente desembolsadas y con idénticos derechos. Estas acciones cotizan en las bolsas españolas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia a través del Sistema de Interconexión Bursátil español (SIBE).

Los accionistas más representativos en el capital social de la compañía a cierre del ejercicio 2019 son Amber Capital, HSBC, Telefonica, Rucandio, International Media Group, Consorcio Transportista Occher SA, Banco Santander, Carlos Fernández, Inversora de Carso SA, Melqart Opportunities Master Fund Ltd y Polygon European Equity Opportunity Master Fund. El *free-float* de la compañía se sitúa en torno al 21%.

CANALES DE COMUNICACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

PRISA cuenta con una *Política de comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto* que regula los principios generales y los canales

generales de información y comunicación para las relaciones de la sociedad con estos colectivos. Los principales canales de comunicación son:

Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) y otros organismos oficiales

La página web de la CNMV es uno de los principales canales generales de información acerca de la sociedad.

Página web corporativa

Publica toda la información que la compañía pone a disposición de los accionistas y del público en general. Constituye una herramienta clave para reforzar la comunicación del Grupo con los agentes del mercado. Proporciona amplia información sobre sus áreas de actividad y su presencia geográfica y sobre los proyectos de acción social y cultural que se llevan a cabo. También publica las notas de prensa.

La web corporativa contiene una sección especialmente dedicada a los accionistas e inversores, en la que se incluye la totalidad de la información exigible por la ley de Sociedades de Capital y por la normativa en materia de mercado de valores. Se mantiene permanentemente actualizada en español y en inglés, siempre que sea posible, publicando:

- Todas las comunicaciones de hechos relevantes a la CNMV y a otros organismos oficiales.
- Todos los documentos exigidos por la normativa vigente en relación con la convocatoria y celebración de juntas generales de accionistas.
- Cualquier otra información de publicación obligatoria, así como la que se considere conveniente difundir por su utilidad para el colectivo.

- Información financiera de la compañía y presentaciones a analistas. También informa sobre la evolución de la cotización de la acción, ofrece información relevante comunicada a la CNMV, normas internas de la compañía (estatutos, reglamentos y políticas), información sobre el Consejo de Administración, la Comisión Delegada y el resto de las comisiones; datos relacionados con el desarrollo de las juntas de accionistas y, en general, cuantos informes emita la compañía en materia de gobierno corporativo.

Reuniones con accionistas e inversores

PRISA organiza periódicamente en plazas financieras relevantes (road-shows) reuniones informativas sobre la marcha de la compañía y del Grupo u otros aspectos de interés para los analistas e inversores institucionales, y asiste periódicamente a eventos organizados por bancos de inversión para el encuentro con inversores institucionales. Además, trimestralmente celebra una reunión telefónica, en la que participan su equipo directivo y analistas e inversores institucionales, para tratar los aspectos más relevantes de los resultados financieros publicados.



Junta General de Accionistas 2019

En estas reuniones se atienden las peticiones de información, salvo que se trate de información de carácter confidencial y sin perjuicio del estricto respeto por parte de la sociedad al principio de igualdad de trato de todos los accionistas.

Departamento de Relación con Inversores y Oficina de Atención al Accionista

La sociedad cuenta con dos canales de comunicación abiertos, permanentes y transparentes con los accionistas e inversores institucionales a través del Departamento de Relación con Inversores y de la Oficina de Atención al Accionista, que atienden las consultas, preguntas y peticiones de información, siempre haciendo prevalecer el interés social y respetando la ley y las normas de gobierno corporativo. En ningún caso se facilita información que pueda proporcionar una situación de privilegio o ventaja respecto de los demás accionistas, y se respetan en todo caso las normas en materia de información privilegiada e información relevante.

- El Departamento de Relación con Inversores, integrado dentro de la Dirección de Relación con Inversores, dependiente, a su vez, de la Dirección Económico Financiera de la Sociedad, atiende principalmente a los analistas e inversores institucionales (tanto de equity como de deuda) y la información que proporciona está fundamentalmente ligada a la gestión y resultados financieros de la compañía, así como a su evolución en los mercados. También atiende las cuestiones que plantean los accionistas minoritarios en relación con la evolución de la acción en los mercados. Para ello, tiene disponibles la dirección de correo electrónico ir@prisa.com y el teléfono +34 913 301 085.

PRISA acude a diversos tipos de reuniones con accionistas e inversores institucionales, organizados por los bancos de negocios nacionales e internacionales.

- a) *Roadshows* nacionales e internacionales en las distintas plazas financieras.
- b) Conferencias organizadas por bancos de inversión y otras instituciones.
- c) Desayunos y reuniones en grupo puntuales.

El Departamento de Relación con Inversores tiene como prioridad mantener y mejorar la fluidez en la comunicación con accionistas, inversores y mercados

financieros, así como incrementar la transparencia en la información transmitida. Este objetivo se ha vuelto incrementalmente importante durante 2019, a causa de:

- El entorno de incertidumbre política en España y en los principales países de Latinoamérica en los que opera la sociedad.
- Un comportamiento irregular de las divisas latinoamericanas de países en los que opera.
- Ejecución de ampliación de capital.
- Cambios en la composición accionarial.
- Acuerdos para la venta de activos no estratégicos.

Los objetivos para 2020 pasan por seguir facilitando la información necesaria para un mejor entendimiento del negocio entre la comunidad inversora incrementando la transparencia y poniendo en marcha las acciones necesarias para conseguir una mayor cobertura del valor.

Los objetivos para 2020 pasan por seguir facilitando la información necesaria para un mejor entendimiento del negocio entre la comunidad inversora incrementando la transparencia y poniendo en marcha las acciones necesarias para conseguir una mayor cobertura del valor.

Adicionalmente, se continuará con un contrato de liquidez del valor firmado en julio de 2019 con el objetivo de incrementar su liquidez y reducir su volatilidad.

- La Oficina de Atención al Accionista, integrada dentro de la Secretaría General, atiende principalmente a los accionistas minoristas y proporciona información re-

lacionada con los asuntos de gobierno corporativo de la sociedad (disponibilidad de información, orientación sobre la página web corporativa, cuestiones relacionadas con las juntas generales de accionistas, etc.). Para ello, tiene disponibles la dirección de correo electrónico ia@prisa.com y el teléfono +34 913 301 168.

Junta General de Accionistas

En el marco de la celebración de la Junta General de Accionistas de la sociedad, el Consejo de Administración tiene entre sus objetivos promover la participación informada y responsable de los accionistas y adoptar cuantas medidas y garantías sean oportunas para facilitar que la junta general ejerza efectivamente las funciones que le son propias conforme a la ley y a las normas de gobierno corporativo de la sociedad.

La junta ordinaria tiene lugar durante el primer semestre del año y permite que el presidente del consejo y el consejero delegado expliquen distintas cuestiones relacionadas con el gobierno corporativo de la sociedad y sus resultados financieros anuales, así como la situación del negocio y de mercado a las que se enfrenta el Grupo. Adicionalmente y en casos puntuales, PRISA organiza juntas generales extraordinarias para tratar temas específicos que necesiten la aprobación de los accionistas.

Desde la convocatoria de la Junta de Accionistas y hasta su celebración, la Oficina de Atención al Accionista guía a los socios acerca de los distintos procedimientos que tienen a su alcance para ejercer los derechos que les correspondan en el marco de la junta de accionistas, especialmente el derecho de información, voto y representación. Los accionistas pueden asistir a la junta general, conferir su representación a favor de otra persona o ejercer el derecho de voto.

Durante 2019, PRISA ha mantenido una comunicación constante y fluida con todos sus accionistas a través de los canales de comunicación mencionados anteriormente. PRISA ha celebrado la Junta Ordinaria de Accionistas en el mes de junio.

COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

El compromiso con la sociedad es la esencia de PRISA. Su misión es contribuir al desarrollo y al progreso de las personas y de la sociedad ofreciendo educación de calidad e información veraz, independiente y responsable. Este compromiso ha posicionado a PRISA como el grupo de referencia global en educación e información en lenguas española y portuguesa. Son dos actividades diferenciadas que acompañan a las personas en su vida y que convergen en una misma responsabilidad social.

El diálogo permanente con la sociedad permite conocer las expectativas e intereses de las comunidades donde opera e implicarse en su desarrollo. Las distintas modalidades de diálogo están recogidas en la *Política de Responsabilidad Social* y el *Código Ético* de PRISA, así como de manera más detallada en el *Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad* que publica el Grupo cada año.

La política de responsabilidad social corporativa de PRISA, aprobada por su Consejo de Administración en diciembre de 2018, establece el marco de referencia para garantizar un comportamiento responsable con sus principales grupos de interés. Todos estos documentos están disponibles en la web corporativa de PRISA, www.prisa.com.

El compromiso de PRISA con el desarrollo sostenible lo lleva a cabo no solo a través de su propia actividad empresarial, sino con diferentes iniciativas y proyectos propios, así como participando en relevantes plataformas sociales y organizaciones que promueven los mismos valores en las comunidades locales.

Como muestra de ello, es **socio activo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas** y forma parte del comité ejecutivo de su Red Española, y se ha comprometido con los Diez Principios con que esta organización global promueve los derechos



Campaña ¿Y tú qué piensas?

humanos, la lucha contra la corrupción, los derechos laborales y el cuidado del medioambiente. PRISA colabora también con el Pacto Mundial en el mandato de la ONU para **promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. En este sentido, PRISA ha participado en la campaña #aliadosdelosODS con el objetivo de actuar como altavoz para conseguir un efecto multiplicador y que se conozca y trabaje la Agenda 2030. Además, ha establecido una serie de compromisos y buenas prácticas para contribuir a alcanzar los ODS.

PRISA forma parte igualmente del grupo de empresas que constituyen la Fundación SERES. En 2019 ha colaborado en la divulgación de la labor que lleva a cabo la fundación y en la difusión de sus **Premios SERES**, un reconocimiento a las mejores actuaciones estratégicas e innovadoras que generan valor para la sociedad y la empresa. También ha participado activamente en sus LabS, labora-

PRISA es socio activo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y forma parte del comité ejecutivo de su Red Española, y se ha comprometido con los Diez Principios con que esta organización global promueve los derechos humanos, la lucha contra la corrupción, los derechos laborales y el cuidado del medioambiente.

torios de trabajo con empresas en los que compartir experiencias, analizar tendencias nacionales e internacionales e identificar oportunidades de colaboración con la vista puesta en el impacto social.

En el ámbito de la educación y la cultura, PRISA ha prorrogado en 2019 el patrocinio del evento de excepcional interés público del bicentenario del Teatro Real.

PRISA forma parte de los patronatos de la Fundación Conocimiento y Desarrollo (CYD), que analiza y promueve la contribución de las universida-

des al desarrollo económico y social de España, y de la Fundación Princesa de Girona, que apoya a los jóvenes en su desarrollo profesional y personal.

Colabora con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), de la que es patrono fundador y miembro de su comisión de medios, para fomentar el desarrollo personal y social de adolescentes y jóvenes a través de la educación en actitudes positivas y de la prevención de conductas de riesgo social. Participa activamente en el proyecto **(In)fórmate**, desarrollado junto con Google, cuyo objetivo es impulsar la educación en el consumo de medios e información *online*, que promueve la alfabetización mediática y el fomento del pensamiento crítico en la población adolescente de 14 a 16 años. Han participado en el proyecto 2.500 jóvenes y 370 docentes.

En el campo de la innovación, investigación y desarrollo, PRISA es patrono fundador de la Fundación Pro CNIC (Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares), y participa en la divulgación de sus campañas. Un año más, PRISA apoyó la **Jornada VIVE**, organizada por la Fundación Pro CNIC para fomentar entre los más pequeños unos hábitos para llevar una vida sana.

En su compromiso contra el cambio climático, el Grupo colabora con el Fondo Mundial para la Conservación de la Naturaleza (WWF), la mayor organización internacional independiente dedicada a la defensa de la naturaleza y el medioambiente. Desde 2008 apoya **La Hora del Planeta**, la mayor iniciativa mundial de movilización ciudadana contra el cambio climático.

PRISA forma parte del Comité de Emergencia, que reúne a diferentes ONG (Acción contra el Hambre, ACNUR Comité Español, Médicos del Mundo, Oxfam Intermón, Plan International y World Vision) y que atiende de manera conjunta la respuesta ciudadana ante una situación de crisis humanitaria.

PRISA realiza también una gran labor de promoción del periodismo, la cultura, la innovación y el deporte mediante la concesión de prestigiosos premios. En periodismo, los **Premios Ondas** y los **Premios Ortega y Gasset** reconocen la labor de los mejores profesionales y trabajos en radio, televisión, música y publicidad. En innovación, los **Premios Cinco Días** reconocen iniciativas en el ámbito de la empresa, la universidad, la responsabilidad social y el emprendimiento. Finalmente, los **Premios As** reconocen los logros deportivos de las principales figuras del deporte.

PRISA NOTICIAS

Como muestra del diálogo permanente con la sociedad, El País lanzó en 2019 la campaña **¿Y tú qué piensas?** con el objetivo de conectar con los lectores y la sociedad, e invitarlos a participar en el debate público de temas como el cambio climático, la igualdad, la educación, la inmigración... Los lectores participaron a través de distintos canales abiertos para este proyecto y en la interacción con los contenidos. Los resultados de la campaña revelaron que el 97% de los lectores vieron la campaña y el 90% la valoraron positivamente. La campaña, que estuvo activa siete semanas, obtuvo 16 millones de visualizaciones en publicidad exterior, 56 millones en prensa y presencia en espacios públicos.

En octubre, El País organizó la cuarta edición de **Retina LTD**, un evento anual para líderes de la transformación digital donde profundizar en una visión estratégica y global que ayude a acelerar el cambio en la sociedad. Contó con un apartado

dedicado a los retos de futuro, enfocado al ámbito medioambiental, los nuevos modelos económicos y su impacto social.

EL PAÍS también organizó varios encuentros abiertos al público y retransmitidos por *streaming* para que todas las personas interesadas pudiesen seguir de cerca debates como **Los estereotipos están para romperlos**, sobre la situación en la que se encuentran los estereotipos de género; **Depresión y suicidio: la realidad silenciada**, un acto que congregó a profesionales del ámbito de la salud mental para dar visibilidad a estos temas, o el ciclo de eventos **#eCoche**, para reflexionar sobre el futuro del vehículo eléctrico como paradigma de la movilidad sostenible. Las dos últimas acciones se realizaron en colaboración con la Cadena SER.

Cinco Días impulsó el proyecto **Observatorio ODS**, con el objetivo de analizar cómo los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas se transforman en realidades tangibles que benefician al conjunto de la sociedad. La iniciativa, que reunió en varios encuentros a los mejores expertos de España, tiene el objetivo de avanzar hacia sociedades con un crecimiento económico inclusivo, mayor cohesión y justicia social, y un horizonte medioambiental sostenible.

Cinco Días impulsó el proyecto Observatorio ODS, con el objetivo de analizar cómo los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas se transforman en realidades tangibles que benefician al conjunto de la sociedad.

Entre las acciones realizadas por PRISA Noticias para fomentar el empleo local destacan proyectos como **El País con tu futuro**, un encuentro educativo centrado en el mundo laboral y el desarrollo profesional que ayuda a los jóvenes a orientar su futuro al que asistieron 3.000 jóvenes en la edición de 2019. La **Escuela de Periodismo UAM-El País**, creada en 1986, pertenece a una fundación sin ánimo de lucro integrada a partes iguales por la Universidad Autónoma de Madrid y El País. La principal actividad de la Escuela es el

Máster de periodismo. También se imparten cursos temáticos con el objetivo de que cualquier persona se asome durante unos días al periodismo, la cultura o la comunicación y aprenda nuevas habilidades con un método muy práctico.

La compañía también colabora con universidades y escuelas para desarrollar periodos de prácticas de estudiantes de grado medio y superior ajustando el programa formativo del alumno y contribuyendo a la creación de un perfil más cualificado.

Las **acciones de patrocinio de PRISA Noticias** se centran en la Fundación Human Age para fomentar la empleabilidad de los colectivos en riesgos de exclusión, Reporteros Sin Fronteras para apoyar la libertad de información, Acción contra el Hambre y Fundación Española para el Fomento de la Investigación de la Esclerosis Lateral Amiotrófica.

SANTILLANA

Santillana es la compañía de contenidos y servicios educativos en el ámbito de las lenguas española y portuguesa. Apuesta por una educación inspiradora centrada en el alumno que empodera al docente en la mejora educativa. Proporciona servicio y acompañamiento a la escuela, involucra a las familias y apuesta por la innovación y la creatividad como ejes del aprendizaje.

A través de su actividad principal, Santillana tiene un gran impacto en el desarrollo local, ya que repercute positivamente en la industria gráfica y en las imprentas, en los canales de venta (*librerías/e-commerce*), en el sector de la logística y la distribución o en la industria digital (*plataformas*), así como en la empleabilidad de otros profesionales autónomos, como autores, diseñadores, editores, correctores, ilustradores, etc. Alrededor de los congresos o acciones formativas que organiza en cada país, también contribuye a la dinamización de todas las industrias que giran alrededor de este tipo de eventos.

En España en particular, Santillana contribuye a la empleabilidad de las personas a través de su portal de formación *online*, Bejob, que ofrece cursos abiertos al público general y orientados a formar en aquellas habilidades demandadas por la transformación digital. Un programa de formación destacado es **DesArrolladoras**, que tiene como objetivo impulsar la incorporación de 1.000 mujeres al mundo

Santillana tiene un gran impacto en el desarrollo local, ya que repercute positivamente en la industria gráfica y en las imprentas, en los canales de venta, en el sector de la logística y la distribución o en la industria digital.

de la programación para asegurarles un futuro con una alta empleabilidad.

Santillana también lleva a cabo su contribución a la sociedad a través de distintas iniciativas de acción social que realiza en cada país.

En España colabora con algunas ONG a través del programa **Ayúdanos a ayudar** de E-vocación. En 2019, se han apoyado proyectos como **Becas comedor verano**, de la ONG Educo, o **Únete a la lucha contra el plástico en el mar**, de WWF.

Santillana Argentina también mantiene un convenio anual con Tiflonexos, una asociación que trabaja para extender el acceso a la lectura y a la información, a partir del uso de la tecnología, favoreciendo la autonomía de las personas con discapacidad.

En Brasil, colabora con distintas organizaciones sin ánimo de lucro, como, por ejemplo, el apoyo de la editorial Moderna a Todos Pela Educação en la publicación del **Anuario Brasileño de Educación**, que presenta una compilación de los principales datos estadísticos sobre la educación brasileña.

Santillana Chile mantiene colaboraciones con distintas organizaciones sin ánimo de lucro. Actualmente forma parte de la **alianza multisectorial UPPI** (Red de Empresas Unidas por la Infancia), creada para fomentar el diálogo sobre la importancia de la infancia como etapa primordial en el desarrollo de las personas, y velando por que se respeten los derechos de los niños y adolescentes. En este contexto, el papel de Santillana es promover, dentro del programa anual, acciones para fomentar la inclusión y la equidad en sectores vulnerables.

En Colombia, Santillana mantiene una alianza con la Fundación Pies Descalzos y Lenovo con el fin de integrar soluciones tecnológicas a las iniciativas pedagógicas de la fundación, que permitan transformar la calidad de los espacios de enseñanza.

Con esta iniciativa la compañía contribuye a la sociedad positivamente promoviendo una educación de calidad, ya que los estudiantes de estratos bajos de los colegios participantes pueden tener contenido digital actualizado para formación y desarrollo.

En México y por segundo año consecutivo, la compañía ha patrocinado el concurso de robótica **MakeX-CreativaKids** 2019, el cual busca promover en niños y jóvenes de entre 6 y 18 años la solución de problemáticas sociales a través del desarrollo de habilidades de programación y robótica. Este concurso prepara a los estudiantes para enfrentar los retos actuales y futuros.

En la zona de Centro América Norte, Santillana colaboró con entidades sin ánimo de lucro presentes en los distintos países. En Guatemala, algunos ejemplos fueron el Club Rotario o Ensenyants Solidaris. En ese país también se colaboró con Inclusión Down 502 y la Asociación Guatemalteca de Autismo. En El Salvador, se apoyó a entidades como Educo, y en Honduras a la Fundación FEIH.

En Puerto Rico, en 2019 se realizaron **donaciones de libros de literatura** a niños hospitalizados y se ofreció formación a maestros.

PRISA RADIO

La reputación y la aceptación social, como actor que influye en el proceso de transformación social, son claves en la planificación de las actividades de PRISA Radio como empresa responsable y sostenible, sea en sus propias iniciativas o en aquellas que apoya.

PRISA Radio desarrolla acciones de diálogo con la comunidad, como el Día Mundial de la Radio, que cada año celebran las emisoras de la SER a través de una jornada de puertas abiertas en la que los oyentes pueden conocer in situ el trabajo y participar en los programas de la cadena.

Con motivo de la Cumbre del Clima celebrada en Madrid, se desarrolló la **Semana del Clima**. LOS40, LOS40 Classic y LOS40 Dance se volcaron con una presencia destacada en antena, redes sociales y web. Además, artistas del mundo de la música y la cultura lanzaron mensajes sobre el cambio climático. La semana siguiente, la Cadena SER realizó una acción de comunicación interna para involucrar a los

empleados en diferentes acciones sostenibles: durante una semana, se ambientó la radio y cada día se llevó a cabo una iniciativa (reciclar CD y DVD, recoger y donar libros, reciclar plástico, pilas, bolis, papel...).

En Caracol Radio de Colombia se emite **Al campo**, un semanal presentado por Luis Enrique Rodríguez que pretende destacar las prácticas del sector agropecuario de Colombia en responsabilidad ambiental y generación de empleo.

En Chile, la radio ADN organizó la campaña **Ayuda a Valparaíso**, en la que se recogieron alimentos, artículos de aseo y ropa nueva para los damnificados por los incendios.

El impacto en la sociedad de PRISA Radio se concreta en acciones como los **Congresos del Bienestar**, evento surgido en 2012, en plena crisis económica, que pretende vincular a las personas con ideas y conceptos que produzcan sensación de bienestar. Está concebido como un espacio de tertulias temáticas en las que intervienen personajes mediáticos, especialistas en cada campo, y el público proveniente de toda España.

Actúa es un festival que busca impulsar el arte, la música y la cultura local. Se celebra desde hace más de 30 años en las principales capitales europeas, y da a los artistas noveles oportunidad de darse a conocer en su ciudad.

La Cadena SER organizó en Bilbao el evento **Smart Cities y soluciones de movilidad eco**, para conocer lo preparadas que están las ciudades y sus planes de sostenibilidad. Pretende dar solución a las problemáticas del nuevo orden social relacionadas con la sostenibilidad de las ciudades.

La gala de LOS40 Music Awards, los mayores premios musicales de España y Latinoamérica, contó con los principales protagonistas del panorama musical nacional e internacional. Parte de la recaudación se destinó al Instituto Jane Goodall y a WWF por sus proyectos con animales en peligro de extinción, todo ello en el marco de la campaña de responsabilidad social empresarial en favor del medioambiente **Únete contra el cambio climático, #IDo**, de LOS40.

En el caso de la gala de los XXIII Premios Cadena Dial, parte de la recaudación fue a la Federación de Asociaciones de Mujeres, Arena y Laurisilva (FAMAL) –entidad sin ánimo de lucro que integra asociaciones de mujeres y cuyo objetivo principal

Con motivo de la **Cumbre del Clima** celebrada en Madrid, se desarrolló la **Semana del Clima**. LOS40, LOS40 Classic y LOS40 Dance se volcaron con una presencia destacada en antena, redes sociales y web.

es la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y la lucha contra la violencia de género o cualquier forma de discriminación hacia mujeres y niñas– y a la Escuelita del Hospital Universitario Nuestra Señora de la Candelaria –aula del área de pediatría que realiza actividades para que los niños hospitalizados no se desvinculen de la escuela, se integren en el entorno hospitalario y su estancia allí sea más agradable.

La entidad beneficiada de la gala de los Premios Radiolé fue Manos Unidas, que podrá financiar un proyecto educativo para que 200 jóvenes accedan a la educación secundaria y a agua potable.

En Colombia, Caracol Radio desarrolló un proyecto de contenidos sobre energía renovable con el apoyo del Ministerio de Energía, Ecopetrol y Naturgas, para destacar los esfuerzos en materia de energía renovable y visibilizar el impacto en las comunidades.

Caracol Radio, en colaboración con laboratorios Novonorkisk, secundó el **Foro de obesidad**, con el objetivo de generar conciencia sobre la obesidad en Colombia: en los programas se mostraba el problema de la obesidad desde lo deportivo, la salud y el estilo de vida, y finalizó con un foro en el que participaron representantes del gobierno, la industria farmacéutica, la comunidad médica y pacientes afectados.

Radioactiva Bogotá realizó en diciembre el **Jingle Bell Rock**, un concierto que recaudó regalos para niños sin recursos. Se recibieron 35.000 regalos que fueron entregados a diferentes fundaciones.

La contribución al empleo y el desarrollo local también se encuentra entre los objetivos de PRISA Radio, y para ello impulsa eventos como los **Branding Days**, en los que empresarios, emprendedores, estudiantes y cualquier profesional o particular interesado en *marketing* y comunicación se dan cita en una jornada llena

de contenido en la que grandes expertos ayudan a los asistentes a desarrollar su negocio y a entender la comunicación como herramienta fundamental de éxito.

Los Foros y Encuentros de la SER tratan temas de actualidad interesantes para ciudadanos y empresas. Se buscan soluciones a través de debates y ponencias de expertos. En 2019 se han celebrado en 25 ciudades de toda España, y han girado sobre temas como la educación del futuro, *silver economy*, ODS, urbanismo o deporte.

Tropicana Colombia desarrolla una actividad trimestral, **Trabajo se escribe con T de Tropicana**, cuyo objetivo es incentivar la consecución de empleo mediante información sobre oportunidades de empleo que llegan a la emisora.

Las acciones de patrocinio de PRISA Radio se centran en el fomento de la cultura con acuerdos destacados con el Museo Guggenheim y la Fundación Botín o el Festival de Teatro Clásico de Almagro. También apoya eventos solidarios como el Rastrillo Nuevo Futuro y diversas causas sociales por la igualdad de la mujer como la **Carrera de la mujer** o la **Carrera Malas Madres**.

En Chile se involucra en entidades y proyectos como el Planetario de la Universidad de Santiago, la Orquesta de la Universidad de Chile, el proyecto **Santiago en 100 palabras** de la Fundación Plagio, la Feria de Autores e Intérpretes y la Fundación Mujer Impacta.

MEDIA CAPITAL

Media Capital desarrolla diversas acciones en áreas de inclusión social o formación y se involucra en cualquier aspecto social con la participación de las principales figuras de sus unidades de negocio para potenciar el alcance de los mensajes y las iniciativas, con especial atención a las comunidades minoritarias o que estén relacionadas con desastres naturales, sociales o económicos.

El programa de televisión **Apanha se pudes** siguió en 2019 cumpliendo con su misión de divertimento y también de ayuda solidaria a través de la cadena TVI. Realizó 14 ediciones especiales en las que entregaron donativos a 11 instituciones benéficas del país. También el concurso **Ver p'ra creer** tuvo 7 emisiones dedicadas a apoyar a organizaciones de cariz social, como la agrupación de bomberos, el proyecto solidario Terra dos Sonhos, Make a Wish o Acreditar.

En el programa de las tardes de la cadena TVI A **Tarde É Sua** se establecieron colaboraciones entre la cadena y diferentes entidades para el desarrollo de acciones solidarias. En la emisión del 27 de agosto, por ejemplo, la asociación con la empresa Orthos Paediatrics permitió entregar una silla de ruedas especialmente adaptada a las necesidades de un niño con parálisis cerebral.

TVI y la marca Calzedonia se unieron para **apoyar a los bomberos portugueses** con la venta de calcetines de la marca. Parte de la recaudación se destinó a la compra de trajes, coches y otros materiales.

El Grupo también participó en la 16.ª edición de la **Feria de Solidaridad Rastrillo** dando apoyo con sus radios y televisiones, así como en la iniciativa **Todos Mozambique**, que recaudó dinero para las víctimas del tifón Idai.

En la vertiente educacional se desarrollaron colaboraciones y protocolos con escuelas, universidades y otras instituciones, como el protocolo entre Plural y Universidade Lusófona, por el cual se recibió a alumnos y se compartieron materiales de escenarios con estudiantes de escuelas de cine.

Además, se han creado circuitos de visitas de estudio a Plural y TVI, para motivar a estudiantes y futuros trabajadores de escuelas, universidades y otras instituciones. En 2019, en colaboración con Casa Pía de Lisboa, Media Capital apoyó la formación de alumnos, con ayuda en las clases y cediendo sus instalaciones para que estudiantes de escuelas locales, así como trabajadores de la zona, pudieran utilizarlas, y así facilitar su entrada a la vida profesional.

El grupo Media Capital es un agente responsable en la promoción de la cultura y las artes y colabora con instituciones, fundaciones y entidades culturales de relevancia en Portugal como Teatro da Trindade, Casa da Música, Fundação Francisco Manuel dos Santos, LRS Loures Câmara Municipal, Direção-Geral da Saúde, Serralves o Teatro Nacional de São Carlos.

En 2019, Grupo PRISA ha realizado aportaciones a 53 fundaciones y entidades sin ánimo de lucro por un importe de 1.698.010 euros.

COMPROMISO CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

ALIANZAS

SOCIEDAD Y CULTURA

RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL
 200 ANIVERSARIO TEATRO REAL
 FUNDACIÓN MUSEO GUGGENHEIM
 MUSEO REINA SOFÍA
 UNIVERSIDAD AUTÓNOMA FUNDACIÓN UAM
 FUNDACIÓN SERES
 FAD
 FUNDACIÓN PRO CNIC
 FUNDACIÓN CEDE
 EDUCO
 ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE
 FUNDACIÓN HUMAN AGE
 REPORTEROS SIN FRONTERAS

Presencia en ferias:

ARCO, FIL, CILE, FERIA DEL LIBRO DE MADRID

DESARROLLO ECONÓMICO

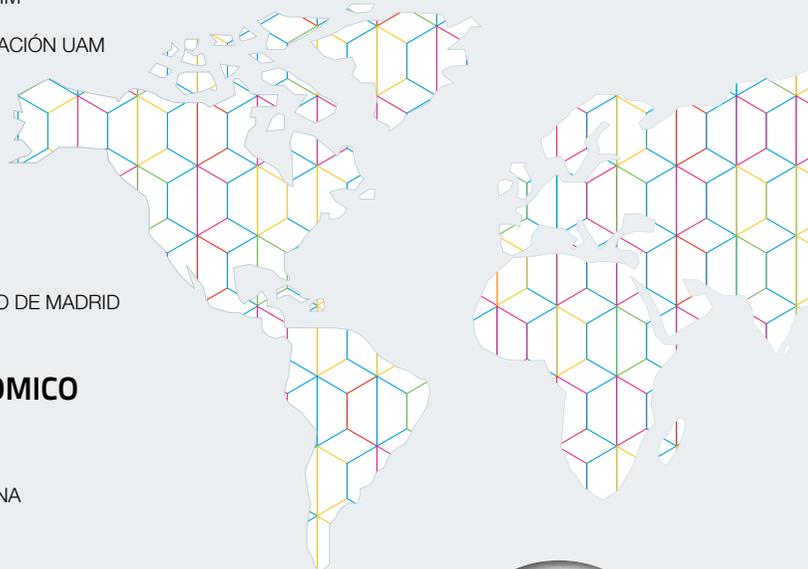
FAO
 UNICEF
 FUNDACIÓN PRINCESA DE GIRONA
 SPAIN INVESTORS DAY
 FUNDACIÓN CYD

Asociaciones profesionales:

AMI, LENA, ARCE, AUTOCONTROL,
 CEDRO, WAN-IFRA, AIMC, OPA, AERC, AMPE, PROMUSICAE, AEA,
 AIMC, PMP, APDC, CAEM, ACEPI, AIABP AEOM, APR, ANELE, FGEE,
 W3C, IMS, IGEP, AUDIGEST, APR, GEDIPE, MADINET, ICAP

DEFENSA MEDIOAMBIENTAL

FONDO MUNDIAL PARA LA CONSERVACIÓN DE LA NATURALEZA (WWF)
 LA HORA DEL PLANETA
 FUNDACIÓN JANE GOODALL
 GREENPEACE
 SURFRIDER ESPAÑA



DINAMIZADOR

PREMIOS INSTITUCIONALES

ORTEGA Y GASSET
 ONDAS
 CINCO DÍAS
 LOS40
 CADENA DIAL
 AS DEL DEPORTE

FOMENTO DE LA EDUCACIÓN

EL PAÍS CON TU FUTURO
 EL PAÍS DE LOS ESTUDIANTES
 GRANDES PROFES
 FUNDACIÓN **SANTILLANA**
 ENCUENTRO *HABILIDADES DEL SIGLO 21*
 FORO LATINOAMERICANO DE EDUCACIÓN

DIÁLOGO SOCIAL

Foros y encuentros de debate:

EL PAÍS RETINA
 FOROS ECONÓMICOS
 FOROS Y ENCUENTROS SOBRE SOSTENIBILIDAD
 DESAYUNOS DE REDACCIÓN CINCO DÍAS

APUESTA POR LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN

FUNDACIÓN **SANTILLANA**
 MASTER EN GOBERNANZA Y DERECHOS HUMANOS
 INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS
 CONGRESO DE PERIODISMO CULTURAL
 CONVERSACIONES LITERARIAS DE FORMENTOR
 ESCUELA DE PERIODISMO UAM-EL PAÍS



Evento Retina LTD



Observatorio ODS



Foro Depresión y suicidio

PRISA NOTICIAS



Escuela de periodismo



Foro Los estereotipos están para romperlos



Proyecto Planeta Futuro 'Un año en Saint Louis'



EL PAÍS con tu futuro

PRISA NOTICIAS

La Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS

Desde 1986, la Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS cumple con la principal misión que se marcó como objetivo: transmitir los valores del periodismo de calidad y la pasión por el oficio. Para ello, pretende formar periodistas íntegros que colaboren en la consecución de un mejor modelo de sociedad y en el fortalecimiento de la democracia. Los periodistas formados en la Escuela basan el ejercicio de su profesión en la ética, el rigor y la honestidad, todo con el objetivo de contribuir a la configuración de una opinión pública bien informada y de que los ciudadanos gocen del mejor derecho a la libertad de expresión.

La Escuela pertenece a una fundación en la que participan la Universidad Autónoma de Madrid y EL PAÍS, y su *Máster en periodismo* es el posgrado decano en la formación en periodismo en España y en español. De los 22 meses de formación, 12 son eminentemente prácticos, pues los alumnos realizan prácticas remuneradas en los medios de PRISA, y el resto del tiempo trabajan en pequeñas redacciones en las que aprenden de manera práctica.

Asumiendo la evolución tecnológica desarrollada en estas tres décadas, la Escuela es actualmente también un laboratorio en la vanguardia de las nuevas tecnologías donde se ensayan nuevas maneras de contar utilizando los avances tecnológicos del momento, pero todo sin perder de vista el espíritu con el que nació: ser una escuela de contenidos periodísticos.



Encuentro 'El País, con tu futuro'

3.000 jóvenes se reunieron en Madrid en la quinta edición del encuentro *El País, con tu futuro*, centrado en el mundo laboral de la educación y el desarrollo profesional. Dirigido a estudiantes de 2.º de bachillerato, para orientarlos y estimularlos al elegir su carrera profesional, se desarrollaron alrededor de 60 charlas con reconocidos profesionales de todas las áreas, además de talleres con los que potenciar habilidades de comunicación eficaz, liderazgo, trabajo en equipo, pensamiento creativo, junto a otras competencias para su desarrollo personal. También hubo encuentros cara a cara para que aprendiesen cómo estos profesionales desarrollan su profesión y su trabajo.



El País de los estudiantes

El País de los Estudiantes es un programa gratuito de prensa-escuela dirigido a profesorado y alumnado de ESO, bachillerato y FP de grado medio, con lo que se adapta a los contenidos curriculares de cada nivel educativo. Mediante una innovadora y atractiva propuesta lúdico-educativa fomenta el aprendizaje multidisciplinar, el trabajo en equipo y el desarrollo personal. Aprovechando los beneficios que aportan las nuevas tecnologías a la docencia, propone una herramienta didáctica para diseñar un periódico propio, en papel y en digital, en el que los alumnos podrán desarrollar capacidades como el espíritu crítico, la redacción, la capacidad de análisis y exposición o la creatividad.



Evento Retina LTD

Retina LTD es el encuentro anual para los líderes de la transformación digital, concebido para directivos que quieran profundizar en una visión estratégica y global, acelerar el cambio en sus organizaciones y estar al día sobre las últimas tendencias tecnológicas.

La cuarta edición, celebrada en Madrid, reunió a influyentes líderes en sus sectores, además de a directivos y consejeros delegados, quienes debatieron sobre cuestiones que impactan en las organizaciones: estrategia, organización y tecnología, además de retos de futuro en el ámbito medioambiental, políticas del cambio, y nuevos modelos económicos y su impacto social.



Observatorio ODS

El *Observatorio ODS* es un proyecto desarrollado por *Cinco Días* para analizar cómo los 17 objetivos de desarrollo sostenible de la Agenda 2030 de la ONU se convierten en realidades tangibles que benefician a la sociedad y contribuyen al cambio de modelo.

Esta iniciativa periodística pretende identificar qué se hace para alcanzar cada uno de los objetivos y qué decisiones a medio y largo plazo se deben tomar para hacer real el crecimiento equilibrado en las empresas.

Asume como misión informar sobre las personas, las ideas y las mejores prácticas que se están desarrollando para que empresas y ciudadanos compartan los objetivos de desarrollo sostenible y asuman el compromiso de un mejor futuro para todos.



Ciclo de eventos #eCoche

El ciclo de eventos *#eCoche* es la contribución de Cadena SER, EL PAÍS y *Cinco Días* en un momento en el que los expertos defienden que los vehículos eléctricos serán la solución para una movilidad sostenible a corto y medio plazo.

La movilidad es uno de los grandes polos de enfrentamiento a la emergencia climática, y es necesario abordar las consecuencias para el medioambiente de nuestra forma de desplazarnos.

A través de dos foros, *Los retos del coche eléctrico* y *El coche que viene: 100% ECO*, se reflexionó y debatió acerca del futuro del vehículo eléctrico como paradigma de movilidad sostenible, además de analizar y contribuir a solucionar el reto de adaptar la industria y la economía del sector a un nuevo modelo de movilidad sostenible.



Talleres de periodismo en el VII Congreso Internacional de la Lengua Española

500 alumnos de entre 8 y 12 años de centros educativos de Córdoba (Argentina) se han beneficiado de los talleres de periodismo realizados por EL PAÍS en el marco del VII Congreso Internacional de la Lengua Española, en colaboración con el Ministerio de Educación de la provincia, la Municipalidad y Santillana.

Los talleres buscan acercar el periodismo a los alumnos de primaria de una forma divertida y explicándoles, con ejemplos adaptados a su edad, cómo funciona un medio de comunicación y qué es una noticia. A partir de ahí, ellos diseñan su propia primera página del diario.



Foro 'Depresión y suicidio, la realidad silenciada'

Organizado por EL PAÍS y Cadena SER, el foro *Depresión y suicidio: la realidad silenciada* reunió en un conjunto de ponencias, mesas de diálogo y entrevistas a profesionales del ámbito de la salud mental –doctores, psiquiatras, periodistas y autores– para debatir y romper con el estigma social que rodea estas dos cuestiones, acabar con los tabúes y crear un diálogo abierto que facilite la prevención y el tratamiento.



Foro 'Los estereotipos están para romperlos'

En este acto, organizado por EL PAÍS, se analizó la situación actual de los estereotipos de género, para proponer soluciones y emprender acciones desde distintos ámbitos de la sociedad.



Foro 'La nueva masculinidad'

Destacados expertos en medicina y ciencias sociales abordaron en el foro *La nueva masculinidad*, organizado por EL PAÍS y Cadena SER, cuestiones como la influencia de los arquetipos masculinos ancestrales sobre la salud física y mental de los hombres o la importancia de lanzar nuevas miradas sobre enfermedades específicamente masculinas, como el cáncer de próstata.



Foro 'Futuro: observatorio de tendencias económicas'

Cinco Días plantea en este observatorio de investigación económica las reformas que necesita el mercado de trabajo, el futuro de la actividad financiera, la situación monetaria



en Europa y fenómenos como la inflación cero o los tipos de interés cero.

Proyecto Planeta Futuro 'Un año en Saint Louis'

El rechazo al diferente y al pobre, el racismo, la xenofobia y el populismo crecen de forma alarmante en todo el mundo, y el mejor modo de combatirlos es el conocimiento del otro y el diálogo. Con este proyecto de *Planeta Futuro*, EL PAÍS acerca y da a conocer el África real a los lectores en castellano. Para ello, ofreció una cobertura especial acerca de la vida cotidiana en la ciudad de Saint Louis, en Senegal.



Los redactores de *Planeta Futuro* y otras secciones de EL PAÍS siguieron durante el año el devenir de la ciudad, con el objetivo de darla a conocer desde dentro, contar sus retos de desarrollo y progreso, dilemas, tradiciones o innovaciones, abarcando todos los sectores y perspectivas posibles.

De la mano de periodistas, bloggers, estudiantes de español, ONG, intelectuales y otros ciudadanos de Saint Louis, cada semana se publicaron artículos, reportajes, vídeos o contenido en redes sociales que ayudasen a retratar Saint Louis, en un ejercicio de unión entre las dos orillas del Mediterráneo y el Atlántico.

PRISA NOTICIAS



Entrevista a la tripulación del Arctic Sunrise



Contra el cambio climático



Gala de los XXIII Premios Cadena Dial



5ª edición Premios Radiolé

PRISA RADIO



Gala LOS40 Music Awards



Gala LOS40 Primavera Pop



Gala Vive Dial 2019



Gala LOS40 Music Awards

PRISA RADIO

Únete contra el cambio climático, #IDo

Al 90% de los oyentes de LOS40 les preocupa el cambio climático. A LOS40 también. En 2019 se lanzó la campaña *Únete contra el cambio climático, #IDo* con el objetivo de visibilizar, divulgar, sensibilizar y recaudar fondos para organizaciones que trabajan en favor del medioambiente.

Varias acciones realizadas a través de LOS40 y planeta_ LOS40 han perseguido involucrar a los oyentes y a los usuarios en cada iniciativa, todas desarrolladas en colaboración con organizaciones sin ánimo de lucro (desde WWF a Greenpeace, Surfrider España y el Instituto Jane Goodall), que aportaron el conocimiento y la experiencia en aspectos como consumo sostenible, protección de océanos y animales en peligro de extinción.

Los 40 Music Awards

La gala *LOS40 Music Awards*, los mayores premios musicales de España y Latinoamérica, se celebró el 8 de noviembre en el WiZink Center de Madrid. El evento contó con los principales protagonistas del panorama musical nacional e internacional, como Rosalía, Lola Índigo, Manuel Carrasco, Jonas Brothers, Amaral o Laura Pausini.

Se celebró a beneficio del Instituto Jane Goodall y World Wide Fund for Nature (WWF) por sus proyectos con animales en



peligro de extinción, dentro de la campaña de LOS40 en favor del medioambiente “Únete contra el cambio climático, #IDo”.

LOS40 Primavera Pop. Protege los océanos

LOS40 Primavera Pop es un festival dirigido a un público juvenil y en él participan grandes artistas nacionales e internacionales. La 13.ª edición se celebró en Madrid, Barcelona y Málaga. En Madrid, único evento de pago, parte de la recaudación se destinó a Surfrider, organización dedicada a la protección de los océanos, acción enmarcada dentro de la campaña de LOS40 “Únete contra el cambio climático, #IDo”.



Semana del clima en la SER

La Cumbre Mundial del Clima 2019 se celebró en Madrid, y los LOS40, LOS40 Classic y LOS40 Dance se volcaron en ella dándole una presencia destacada en antena, redes sociales y web. LOS40, además, lanzó mensajes sobre el cambio climático de artistas del mundo de la música y la cultura como Los Javis, Anna Castillo, Aitana, Miriam, Miguel Bernardeau, Annita, Yolanda Ramos, Ester Expósito, Don Patricio, Lola Índigo o Taburete, entre otros.

La semana siguiente, la SER celebró la Semana del Clima, una acción interna para involucrar a sus empleados en ac-



ciones sostenibles, como reciclar CD y DVD, recoger libros para donarlos, reciclar plástico y entregar una botella de cristal, reciclar pilas, bolis y papel, o entregar un cactus, para que la zona de trabajo sea más verde y agradable.

Sé Dial, Cadena Dial por la Igualdad

En 2019 Cadena Dial estrenó nueva imagen de su campaña por la igualdad entre hombres y mujeres: #SÉDIAL, una llamada de atención a lo que todas las personas deberían poder ser reivindicando la igualdad. El lema alude a los cuatro atributos de la audiencia de Cadena Dial: Decididas, Iguales, Activas y Luchadoras. Y en concreto, la mujer Dial es independiente, activa, deportista y le gustan la música y los conciertos. Durante todo 2019 la emisora ha involucrado a sus oyentes en acciones en defensa de la igualdad y el cambio social, como las llevadas a cabo en el Día de la Mujer, en Vive Dial o los Premios Dial, y en eventos como las diferentes carreras de la mujer que se celebran en España.



XXIII Premios Cadena Dial

Los *Premios Cadena Dial*, los únicos galardones en España destinados a reconocer las canciones y los artistas más relevantes de la música española a nivel mundial, celebraron su 23.ª edición en Santa Cruz de Tenerife. Fueron reconocidos artistas como Laura Pausini, Pablo Alborán, David Bisbal, Vanesa Martín o Marta Soto. Obtuvieron premios especiales Malú y Pedro Guerra, y actuaron Aitana, Bustamante, Marta Sánchez, Carlos Baute o Ana Guerra.



Parte de la recaudación se destinó a la Federación de Asociaciones de Mujeres, Arena y Laurisilva (FAMAL), que integra a asociaciones de mujeres y entidades que persiguen

la igualdad de oportunidades y la lucha contra la violencia de género o contra cualquier forma de discriminación hacia mujeres y niñas. También se destinó parte de la recaudación a la Escuelita del Hospital Universitario Nuestra Señora de la Candelaria, aula del área de pediatría cuyas actividades se dirigen a niños hospitalizados con el objetivo de que mantengan el vínculo con la actividad escolar y se integren en el entorno hospitalario para hacer su estancia más agradable.

Vive Dial 2019

Vive Dial, la gran fiesta de la música en español, se celebró el 6 de septiembre en el WiZink Center de Madrid. Contó con actuaciones, entre otros, de Aitana, Beret, Camila, Cepeda, Edurne, Estopa, Fangoria, Hombres G o India Martínez.

En el marco de este festival, la emisora continuó con su compromiso por la igualdad entre hombres y mujeres. Además, parte de la recaudación fue para la Asociación Mensajeros de la Paz del Padre Ángel, que trabaja por paliar las desigualdades, especialmente en las mujeres más desfavorecidas.



Únicas Dial

El Auditori Forum CCIB de Barcelona acogió el espectáculo *Únicas*, organizado por el programa *Dial tal cual*. Fue un día inolvidable que contó con momentos únicos protagonizados por India Martínez, Edurne, Pastora Soler, Chenoa o Merche, entre otras. Todas ellas, y las miles de personas que asistieron, se sumaron a la campaña #Sé-Dial, con la que Cadena Dial involucra a su audiencia en favor de la igualdad.



5ª edición Premios Radiolé

La quinta edición de los Premios Radiolé tuvo lugar en el Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla. Entre los premiados asistieron artistas como Dyango, Kiko Veneno, Camela, Estrella Morente o Diana Navarro. El premio a la trayectoria musical fue para Raphael, y Manolo Escobar y Enrique Morente recibieron galardones a título póstumo. Actuaron, aparte de los premiados, artistas como DeMarco Flamenco, Rosa López o Manu Tenorio.

La entidad beneficiada fue Manos Unidas, que podrá financiar un proyecto educativo con el que 200 jóvenes podrán acceder a la educación secundaria y a agua potable.



Apoyo a la Fundación Aladina

Se apoyó el estreno de la película *Los Rodríguez y el más allá*, que recaudó fondos para la Fundación Aladina. La SER creó una docuficción sonora con guiones basados en experiencias reales de niños con cáncer, que participaron además en las piezas creadas. El contenido se divulgó en *La ventana*, de Carles Francino, con entrevista al productor de la película y a uno de los niños participantes.



Todos por el muelle

El municipio de Puerto Colombia fue en el siglo XX la conexión de Colombia con el mundo: por su muelle entraron gran parte de los adelantos, y hasta el fútbol, y fue un gran generador de comercio marítimo. Caracol Radio y su programa *Hora 20* desarrollaron un proyecto para hacer concienciar sobre la necesidad de reconstruir el muelle y recuperar las zonas aledañas, mediante un plan promocional que contaba la trascendencia del muelle. Finalizó con un foro en



Fuerte San Felipe que contó con la asistencia de la ministra de transporte y representantes del gobierno local.

Cantemos otra historia

Caracol Radio y sus programas *Hoy por hoy* y *A vivir que son dos días* se vincularon a la fundación 24-0 del músico y activista Cesar López, la ONU y la Comisión de la Verdad para impulsar *Cantemos otra historia*, iniciativa para recolectar instrumentos musicales en buen estado que se donarán a colectivos e instituciones en zonas vulnerables. Se recogieron más de 300 instrumentos.



Copa Soñadores

Caracol Radio en Cali (Colombia) organizó la Copa Soñadores, un campeonato de fútbol infantil jugado en el campo de la Escuela de Aviación de la Fuerza Aérea de Colombia, con el objetivo de recaudar equipos deportivos para niños de escasos recursos. Como resultado, 400 jóvenes recibieron un kit compuesto por botas y uniforme.



PRISA RADIO



Club Inspiring Girls



Santillana en Liber



Master Edición Santillana

SANTILLANA



Cosechamos Educación



¡Grandes profes!



No dejes de aprender: premio a la mejor campaña



Concurso Soy Loqueleo Perú

SANTILLANA

ARGENTINA

Espacio Maker para futuros educadores

En Argentina, Santillana invitó a estudiantes de ciencias de la educación y matemáticas a un taller de cultura *maker* para que desde su etapa de formación como docentes incorporen prácticas que desarrollen las habilidades del siglo XXI: aprendizaje colaborativo, aprendizaje significativo, flexibilidad, tolerancia a la frustración, programación, robótica, etc.



Colaboración con Tiflonexos

Tiflonexos trabaja para extender el acceso a la lectura y a la información mediante el uso de la tecnología para favorecer la autonomía de las personas con discapacidad. Santillana colaboró en 2019 aportando libros en formato PDF, que Tiflonexos convierte en libros digitales accesibles en Tiflibros, la primera biblioteca en Internet para personas con discapacidad visual de habla hispana. De acceso gratuito, cuenta con más de 55.000 libros en archivos de texto legibles desde computadora o dispositivo móvil.



Colectas y donaciones en el Día del Niño

En el Día del Niño Santillana promovió entre los empleados de la editorial la recolección de juguetes, kits escolares y libros para donarlos a niños en situación de pobreza o riesgo



de exclusión. En esta ocasión se hicieron llegar a residentes en el Hogar Amparo Maternal, una asociación civil sin fines de lucro que ampara a madres sin hogar, promoviendo el vínculo entre ellos y favoreciendo la reinserción social y laboral.

BRASIL

Proyecto Educadores

En 2019, la editorial Moderna, sello de Santillana en Brasil, se alió con Two Sides, una ONG global cuya premisa es concienciar a las personas e instituciones en el uso consciente del papel. La colaboración se centró en divulgar entre los educadores de todo Brasil la cadena productiva del papel, desde la materia prima, pasando por la reforestación y el reciclaje hasta la generación de empleos. En el *Proyecto Educadores* participaron Two Sides –como articulador–, International Paper y Chamex –como proveedoras de papel–, Editora Moderna –como productora de contenido– y Ogra Gráfica –a cargo de la impresión–. La acción consistió en producir 30.000 carteles sostenibles en los que se mostraba el ciclo sostenible del papel para su distribución entre 12.000 escuelas de todo el país, además de eventos y otras actividades de Santillana. También se trabajó en la formación y concienciación de profesores y educadores.



Lápiz semilla para las familias de Compartir

Las familias de colegios brasileños asociados a Compartir recibieron de Santillana un regalo especial relacionado con la sostenibilidad: el lápiz semilla, con el objetivo de concienciar sobre el cuidado del medioambiente y potenciar el papel de los padres en la educación de los hijos. Las familias se implicaron en las redes sociales con la etiqueta #FamiliaCompartilha.



Apoyo a dos familias refugiadas

Celin y Lamar, de 5 y 7 años, escaparon de los horrores de la guerra en Siria con su madre, Rama. Son tres de los más de 5,6 millones de refugiados producto de los ocho años de conflicto. El Colegio Portinari, asociado al sistema Compartir, se hará cargo de las mensualidades hasta que Celin y Lamar concluyan la Enseñanza Fundamental. Moderna, a su vez, se hará cargo de todo el material didáctico necesario para ese periodo.



CHILE

Elige reutilizar

Santillana se une a la campaña de la Municipalidad de Providencia (Chile) para promover el uso de bolsas reutilizables mediante su entrega en la tienda Espacio Santillana. Se convierte así en una de las primeras empresas del sector en obtener el Sello Verde.



Red de Convivencia Escolar

Santillana Chile colaboró en el programa para la prevención de *bullying* KIVA mediante dos acciones de sensibilización específicas, *Yo te perdono* y *Contigo Fest*, ambas producto de su participación en la mesa de trabajo 2019 de la Red



de Convivencia Escolar, cuyo objetivo es promover la importancia y bienestar del desarrollo emocional desde la primera infancia hasta todos los niveles educativos como factor protector de la convivencia escolar en los procesos de aprendizaje de niños y niñas de la Región Metropolitana.

COLOMBIA

Alianza con la Fundación Pies Descalzos y Lenovo

Santillana Colombia, la Fundación Pies Descalzos y Lenovo se han aliado para integrar soluciones tecnológicas en las iniciativas pedagógicas de la fundación y así transformar la calidad de los espacios de enseñanza-aprendizaje de los niños y niñas del país. Se desarrolló en el marco del proyecto *Una pregunta - Lenovo*, programa de Pies Descalzos cuyo objetivo es promover la indagación, la búsqueda de información y la conversación apoyándose en las soluciones de Lenovo para educación y en contenidos educativos digitales desarrollados y donados por Santillana.



Programa de formación a profesores

Dentro del programa de formación Loqueleo, los profesores tuvieron la oportunidad de reflexionar acerca de la relación entre la lectura, la escritura y la neuroeducación. A lo largo del programa, se formularon preguntas como: ¿cuál es el momento más adecuado para que los niños aprendan a leer y escribir?, ¿qué enseñar sobre la lectura a quienes aún no leen letras?, ¿cómo se leen las imágenes de un libro?, ¿cómo un libro puede convertirse en un aliado para la educación sentimental de niños y jóvenes?, ¿cómo planificar la conversación en el aula a partir de las lecturas de los estudiantes? Contó con la participación de personalidades como



Carola Díez, Alejandra Jaramillo, Francisco Montaña, Albeiro Echavarría, María Fernanda Heredia y Jordi Sierra i Fabra.

Educadores inspiradores

Esta es la denominación de un concurso cuyo objetivo fue dar visibilidad a las prácticas innovadoras de los docentes de Colombia. Se les indujo a compartir y divulgar las estrategias pedagógicas que realizan en sus instituciones y que han llevado a sus estudiantes a mejorar en los resultados de aprendizaje, y, en consecuencia, el nivel académico de sus instituciones.



COSTA RICA

Festival deportivo 'Copa My Soccer Dream'

Santillana patrocinó el festival deportivo benéfico de la Asociación My Soccer Dream, entidad sin ánimo de lucro promotora de la práctica del fútbol en zonas de riesgo social. El objetivo fue generar recursos para el desarrollo de sus proyectos de bien social, destinados a niños y jóvenes en condiciones socioeconómicas desfavorables.



Día Mundial contra el Cáncer Infantil

En conmemoración del Día Mundial contra el Cáncer Infantil, Santillana participó en Costa Rica en un acto recreativo con cuentacuentos, titiritero, flamenco y firma de libros, dirigido a pacientes del Hospital Nacional de Niños. Contó con la colaboración de la Embajada de España, la Compañía de Flamenco Paulino Peralta, el escritor Dionisio Cabal y las viceministras de Cultura y de Salud.



1000 corales por Costa Rica

La campaña #1000 corales por Costa Rica busca, mediante la difusión de un documental, exponer la problemática de los corales, y se complementa con talleres de educación ambiental en centros educativos y la venta del libro *Los corales mágicos*, de la autora Lara Ríos, publicado por Loqueleo. Es una iniciativa de las fundaciones Pelagos y Raising Coral, en colaboración con el Centro de Investigación en Ciencias del Mar y Limnología (CI-MAR) de la Universidad de Costa Rica para recaudar fondos con los que financiar el cultivo en vivero de corales y su posterior trasplante en el océano con el fin de recuperar arrecifes coralinos.



ECUADOR

Apoyo al grupo de robótica Johann Strauss

En Ecuador, Santillana apoyó a cinco estudiantes del grupo de robótica de la Institución Johann Strauss en el Mundial de Robótica celebrado en Dubái.



Concurso literario para niños 'Yo cuento'

Organizado por la Sección Cultural de la Embajada de España, y con la participación de Santillana, se celebró la tercera edición del concurso literario para niños *Yo cuento*, dedicada en 2019 al Museo Nacional del Prado por su bicentenario.



EL SALVADOR

Colaboración con Educo

Educo es una ONG global con más de 25 años trabajando en favor de la infancia y en defensa de sus derechos. El



proyecto *Donativo de libros de texto* se ha destinado a las escuelas con acciones en marcha para dar un acceso de calidad en la educación, principalmente en primera infancia, a 385 niñas con escasos recursos.

ESPAÑA

Encuentro ¡Grandes profes!

¡*Grandes profes!* es ya una gran cita de la comunidad educativa, una jornada especial diseñada para rendir homenaje al mundo educativo, y en especial a los docentes. El tema de esta sexta edición, en colaboración con Atresmedia, Samsung y Universidad Internacional de Valencia, se centró en el talento, sobre el que giraron las numerosas ponencias y experiencias a las que asistieron 1.700 profesores.



Ayúdanos a ayudar

A través del portal para profesores *E-vocación*, Santillana colabora desde 2014 con diferentes ONG (Acnur, Educo, WWF o Entreculturas, entre otras) en campañas para favorecer y promover la mejora de la educación y ayudar en aquellas tareas que repercuten directamente en la calidad de vida de la población infantil. Los profesores registrados pudieron canjear puntos por dinero solidario convertible en recursos de primera necesidad que se destinaron a una ONG en su nombre y en el de Santillana.



Club Inspiring Girls

Bejob, empresa de formación *online* de Santillana, y la Fundación Inspiring Girls han impulsado el *Club Inspiring*, para niñas de entre 10 y 15 años con el objetivo de impulsar la vo-

cación en nuevas tecnologías en edades tempranas a través de actividades prácticas (talleres sobre competencias tecnológicas y su aplicación en sectores profesionales clave) y charlas inspiradoras impartidas por mujeres profesionales en sectores como tecnología e innovación. Se trabajaron áreas como *coaching*, *marketing* digital, comunicación digital, desarrollo de páginas web, diseño de *apps*, programación, animación y edición de contenidos, aplicables en los sectores medioambiental, social, económico y tecnológico.



DesArrolladoras (Bejob)

DesArrolladoras es un proyecto de formación cuyo objetivo es impulsar la incorporación de mil mujeres al mundo de la programación para asegurarles un futuro con una alta empleabilidad. Bejob actuó de proveedor de contenido y formación del programa, creado para Samsung en el marco de su responsabilidad social corporativa.



'Monstruos, solo en los cuentos', contra el acoso

Loquele, sello de literatura infantil de Santillana, impulsó la campaña *Monstruos, solo en los cuentos*, en la que la literatura se convirtió en un excelente medio para entrenar habilidades como la escucha, el respeto a los demás, el conocimiento de las emociones, la autorregulación y la asertividad. La iniciativa incluía el concurso *Di no al acoso. Todas y todos ganamos*. En él, el alumnado debía realizar un trabajo en el que expusiera sus propuestas para combatir el acoso.



Mujeres protagonistas

Mujeres protagonistas es un proyecto editorial de Santillana que visibiliza las aportaciones de las mujeres a la



historia del conocimiento y de la construcción social. Actúa a través de tres ejes: 1) *El papel de las mujeres*, una colección de libros que lo analiza en diferentes ámbitos, con perspectiva histórica y actual, y que revisa las figuras más importantes. 2) *Vidas de mujeres*, una base de datos con más de 200 biografías –y 850 en espera– de mujeres. 3) *La voz de las mujeres*, una recopilación de –hasta ahora– 100 organizaciones y entidades que trabajan por la igualdad de género y el empoderamiento femenino.

GUATEMALA

Día Internacional del Libro

Santillana Guatemala celebró el Día Internacional del Libro con 50 niños de comunidades asociadas a ChildFund Guatemala, asociación que busca empoderar a las comunidades rurales, que visitaron las instalaciones de la editorial en una mañana plena de actividades, entre las que destacan la creación de su propio cuento, dibujar sus personajes o, también, un cuentacuentos basado en libros del sello Loqueleo.



HONDURAS

Sembramos con el ejemplo, cosechamos educación

En colaboración con el Club Rotario San Miguel Here-día y la Asociación de Cuidados de Cerros y Parques de Tegucigalpa, se donaron y sembraron 500 árboles en el cerro Juana Laínez, uno de los pulmones de la capital hondureña.



MÉXICO

Reciclaje a cambio de sonrisas

Santillana México ha donado en 2019 el papel reciclado procedente de libros descatalogados a una fundación de asistencia privada que, con su venta, ha podido sufragar cirugías a niños y niñas con malformaciones y deformidades congénitas en situación de extrema pobreza.



Make X-Robotics Competition

Santillana México impulsó la competición internacional de robótica, en la que estudiantes de primaria se pusieron a prueba para resolver retos sociales mediante el uso de tecnología. A través del lenguaje de programación y la construcción de robots, los estudiantes contribuyeron a combatir la contaminación ambiental, a reforzar la seguridad alimentaria o a luchar contra las infecciones virales.



PERÚ

Concurso Soy Loqueleo 2019

El concurso *Soy Loqueleo* es una iniciativa de Loqueleo en Perú cuya finalidad es impulsar y premiar el hábito lector de los niños y jóvenes peruanos. Con una duración de cinco meses, los participantes debían registrarse en la web y cumplir el reto fijado según el libro que hubieran elegido.



PUERTO RICO

Alianzas para el desarrollo profesional de directores y maestros

Santillana Puerto Rico ha renovado acuerdos colaborativos para el desarrollo de proyectos que fortalezcan a nivel escolar el conocimiento sobre el español, las ciencias y los estudios sociales, la historia y la geografía, y que permiten también desarrollar investigaciones, eventos, cursos, materiales y servicios educativos como herramientas en estas disciplinas. Se celebraron diez eventos de desarrollo profesional para directores y maestros.



VENEZUELA

Reconocimiento a la excelencia docente

Santillana Venezuela patrocinó el VI Encuentro de la Educación de Calidad y el reconocimiento a la excelencia en el ejercicio docente a cerca de 70 maestros de 27 escuelas y liceos de todo el país. Organizado por la Escuela de Educación de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB), se concedieron distinciones en cuatro categorías: gestión del aprendizaje, orientación y acompañamiento, liderazgo y promoción docente, y proactividad en la búsqueda de soluciones. La selección de los educadores corrió a cargo de las comunidades de las instituciones a las que pertenecen, mediante un proceso público iniciado por la UCAB.



SANTILLANA



V congreso Periodismo cultural



Festival filosofía



Foro Iberoamericano de Educación

FUNDACIÓN SANTILLANA



Concurso Vivalectura



Seminario Educación para la vida

FUNDACIÓN SANTILLANA

En 2019, la Fundación ha continuado su intensa actividad educativa y cultural, tanto en Latinoamérica como en España. Entre los hitos más destacados del año, se encuentran el lanzamiento del Programa ED21 en España, Colombia, Brasil y Perú, y la V edición del Congreso de Periodismo Cultural.

La Fundación Santillana del Grupo PRISA fue creada en 1979 para impulsar renovadores proyectos educativos y culturales, establecer vínculos de cooperación entre España y América, convocar foros de intercambio intelectual y auspiciar aquellas iniciativas relacionadas con el mundo de la edición, la información y la educación.

El proyecto educativo de Fundación Santillana ha tenido en cuenta impactar positivamente en los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, promoviendo el desarrollo de la innovación social, tecnológica o ambiental.

En el **ámbito educativo**, Fundación Santillana pretende convertirse en laboratorio de ideas para contribuir activamente al debate, la reflexión, la adaptación y la reinención de la escuela y la educación para toda la vida.

Todo lo que rodea los sistemas educativos está en movimiento. ¿Qué implica esto para la misión de la educación? ¿Qué deberían enseñar las escuelas hoy? ¿Por qué? ¿Cómo? Para conseguir el cambio en educación habrá que hablar más de estudiante que de docente, más de aprendizaje que de enseñanza, más de habilidades que de saberes, más de experiencias que de teorías, más de innovación que de mejoras, más de retos que de metas, más de preguntas que de respuestas y más de colaboración que de individualidad.

Para afrontar el futuro los ciudadanos necesitan habilidades, competencias, conocimientos y valores que les permitan llevar a cabo un proyecto de vida personal, social y profesional. La Fundación pretende contribuir a esto, para que el modelo educativo pueda responder a las expectativas de los ciudadanos del siglo XXI y a las oportunidades que nos depara la sociedad del conocimiento.

Durante 2019, el hito más importante ha sido el lanzamiento del **Programa ED21**, que se fundamenta en los siguientes pilares:

- **La educación 21.** Anticipar el futuro es un trabajo imposible, pero necesario. ¿Cómo formar para un futuro incierto? ¿Qué tipo de conocimientos y habilidades tendrán sentido y valor en el futuro? Este se presenta como algo cambiante, incierto, desafiante y complejo, pero a la vez retador e ilusionante. Desde la Fundación queremos trabajar por una educación mejor, más inclusiva y participativa, más justa y equitativa, que responda a la diversidad de nuestras sociedades y nos ayude a superar el actual desapego por el aprendizaje. En esta sociedad del cambio la escuela ha de ayudar a los estudiantes a construir los recursos mentales, emocionales y sociales para disfrutar de los desafíos y hacer frente a la incertidumbre y la complejidad.

En el ámbito educativo, Fundación Santillana pretende convertirse en laboratorio de ideas para contribuir activamente al debate, la reflexión, la adaptación y la reinención de la escuela y la educación para toda la vida.

- **El papel de las habilidades 21.** Qué es lo que debemos aprender y, en consecuencia, qué es lo que debemos enseñar en la escuela no son pre-

guntas nuevas, ni especialmente disruptivas, pero sí necesarias y cada día más importantes. Es la gran pregunta educativa. Y lo es porque, en definitiva, preguntarse sobre el ‘qué aprender’ (y por tanto por ‘qué enseñar’) es preguntarse por el sentido (o sin sentido) de la escuela misma. Plantearse qué deben aprender los niños es plantearse por qué deben ir los niños y los jóvenes a la escuela. Es preguntarse para qué sirve todo esto. Es definir cuáles son las habilidades que necesita trabajar la escuela para conseguir ciudadanos activos y participativos, con gran autoconfianza, autónomos, curiosos, adaptados al cambio y promotores de innovaciones.

Nuestros estudiantes, en 21 países de Iberoamérica, aprenden en un contexto propio y específico, con sus problemas y oportunidades, sus intereses y necesidades.

- **Territorio Iberoamericano.** Nuestros estudiantes, en 21 países de Iberoamérica, aprenden en un contexto propio y específico, con sus problemas y oportunidades, sus intereses y necesidades. La Fundación Santillana moviliza la reflexión sobre el futuro de estos más de 112 millones de estudiantes iberoamericanos prestando su voz y su capilaridad para dar a conocer propuestas, ideas y experiencias, pero también inquietudes

y preocupaciones para definir la educación del siglo XXI para el progreso y el éxito de los 21.

La Fundación Santillana vive en 21 países de Iberoamérica, con sede en siete (España, Brasil, Colombia, Argentina, México, Chile y Perú) y con presencia en otros 14 (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Venezuela, Bolivia, Ecuador, Puerto Rico, República Dominicana, Portugal, Paraguay y Uruguay).

En el **ámbito cultural**, la prioridad de la Fundación Santillana es divulgar las exigencias de calidad y responsabilidad cultural que asumen la filosofía, la literatura y el periodismo. El hito más destacado de 2019 fue la V edición del Congreso de Periodismo Cultural, que reunió a profesionales y medios para abordar los peligros y amenazas de la industria de los videojuegos.

ÁREA DE EDUCACIÓN

Presentación del Programa ED21. Con el Programa ED21, la Fundación Santillana se plantea definir un marco amplio que ayude a determinar qué es importante aprender hoy en la escuela; explorar las habilidades para el siglo XXI y poner en marcha proyectos abiertos y colaborativos, que recojan perspectivas diferentes, y sirvan para orientar el debate global, poniendo especial énfasis en el ámbito educativo iberoamericano.

El evento de presentación se celebró el 23 de septiembre en Madrid y reunió a especialistas y representantes de diferentes sectores: educación, política, cultura, emprendimiento, etc., que debatieron sobre el presente y futuro de la educación.

Lanzamiento del blog ED21. En 2019, la Fundación ha lanzado este blog, un espacio que suma ideas, reflexiones, propuestas y aspiraciones de todos aquellos que entiendan que Iberoamérica necesita un cambio de modelo educativo que acompañe a la región en su abordaje del siglo XXI.



Asistentes al evento EnlightED 2019

EnlightED 2019. La Fundación Santillana se ha sumado en 2019 como socio principal a EnlightED con el objetivo de promover un gran debate sobre la educación en la era digital. El evento, organizado también por Fundación Telefónica, IE University y South Summit, se celebró en el mes de octubre en España, Argentina, México y Venezuela.



Participantes en el Concurso Vivalectura

Concurso Vivalectura. La Fundación Santillana colabora con el Ministerio de Educación de Argentina y con la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura en este certamen, que pretende reconocer las experiencias más destacadas en materia de promoción de la lectura. En 2019 superó su récord histórico de inscripciones: se presentaron 467 proyectos de escuelas, bibliotecas, centros culturales, ONG, empresas, etc.



Presentación del libro *Acepto las condiciones. Usos y abusos de las tecnologías digitales.* El libro, de Cristóbal Cobo, se presentó en febrero en Madrid, Barcelona, Montevideo y Buenos Aires, en un evento concebido como un espacio

de diálogo entre el autor, la Fundación y los asistentes sobre los interrogantes y retos expuestos en el libro.

Presentación del libro *Acepto las condiciones*

Presentación del informe *Competencias para construir un futuro mejor, de la OCDE.* Durante el evento, celebrado el 17 de junio en Madrid, distintos expertos conversaron sobre las grandes claves del desarrollo y fortalecimiento de habilidades desde la perspectiva de la educación en el contexto actual.



Presentación del Informe de competencias

XIV Foro Latinoamericano de Educación. El evento se celebró el 1 y 2 de julio en Argentina bajo el lema “Rediseñar la escuela para y con las habilidades del siglo XXI”. El foro ofreció paneles de especialistas de amplia trayectoria en el sector educativo nacional e internacional, tras la presentación del documento básico por su autora, Lila Pinto.



Foro Latinoamericano de Educación

I Encuentro *Habilidades del siglo 21, el futuro de la educación.* Celebrado el 26 de septiembre en Bogotá, sirvió para dialogar con diferentes líderes de opinión y actores de la educación sobre este tema. El encuentro tuvo como base el documento “¿Qué hay que aprender hoy? De la escuela de las respuestas a la escuela de las preguntas”, elaborado por Axel Rivas.

Foro Transformar la educación peruana. La Fundación continúa sus actividades en Perú y en noviembre celebró en Lima este foro educativo, que reunió a especialistas y representantes de diferentes sectores: educación, política, cultura, entre otros, tanto del país como de Iberoamérica.



Foro Transformar la educación peruana

Congreso de Educación Moderna.

Organizado por la Fundación Santillana junto con Moderna y Moderna Compartir, el foro se celebró en varias ciudades de Brasil entre mayo y agosto. Trató sobre cómo reinventarse para transformar la educación desde la perspectiva de la nueva Base Nacional Curricular Común (BNCC), sobre las tecnologías digitales, las habilidades y, también, sobre la transformación del mundo del trabajo.



Congreso de Educación Moderna

Seminario Educação para a Vida: ¿Por onde caminha a Educação? La Fundación Santillana organizó este seminario sobre las habilidades del siglo XXI el 29 de octubre en São Paulo, coincidiendo con la presentación en portugués del libro de Axel Rivas *¿Qué hay que aprender hoy?*

ÁREA DE CULTURA

Máster de gobernanza y derechos humanos. La actividad académica del *Máster de gobernanza y derechos humanos*, de la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco, creada por la Fundación Santillana y la Universidad Autónoma de Madrid, es una de las actividades más dinámicas del campus, donde es el máster con mayor número de matriculados, muchos de ellos alumnos procedentes de Iberoamérica. La inauguración del curso académico y la entrega de diplomas es una cita institucional ineludible en el calendario universitario.



Octava edición del Máster de gobernanza y derechos humanos

Red de industrias creativas

Red de Industrias Creativas (RIC). Desde 2019 forma parte de la Creative Business Network, la mayor red de industrias creativas del mundo, con sede en Dinamarca, que organiza cada año el evento más importante a nivel mundial en materia de emprendimiento del sector creativo.





Ignacio Polanco, Luis Cueto y Carlos Andradás en el III Festival de Filosofía

III Festival de Filosofía. El tercer Festival de Filosofía fue convocado, junto al Ayuntamiento de Madrid y la Universidad Complutense, en la red de bibliotecas municipales. Filósofos y ensayistas participaron en los debates y discusiones públicas. La asistencia del público ha confirmado la importancia de la filosofía como espacio de reflexión ciudadana.



Conversaciones literarias de Formentor



Congreso de Periodismo Cultural

Congreso de Periodismo Cultural. El Congreso de Periodismo Cultural, que da continuidad al Seminario de Periodismo Cultural organizado por la Fundación como curso de verano en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, agrupa a los profesionales de prensa, radio, televisión y medios digitales responsables de elaborar la información cultural española. Junto a expertos invitados a debatir cuestiones de actualidad, los profesionales abordan las innovaciones de un sector de los medios de comunicación de gran influencia en la vida cultural española. En la quinta edición, celebrada en 2019, se invitó a reflexionar sobre entretenimiento, arte, negocio, realidad virtual, violencia y adicción en los videojuegos.



XII Premios Cinco Días a la innovación empresarial



Premios Ortega y Gasset de Periodismo 2019

PREMIOS



Premios AS del Deporte



Premios Ondas 2019

PREMIOS

Desde su fundación, PRISA no ha dejado de promover el periodismo, la cultura, la innovación y el deporte, y prueba de ello son los prestigiosos premios que concede: los Premios Ondas y los Premios Ortega y Gasset reconocen la labor de los mejores profesionales y trabajos en radio, televisión, música y publicidad. Los Premios Cinco Días homenajean iniciativas en el ámbito de la empresa, la universidad, la responsabilidad social y el emprendimiento. Y los Premios As recompensan los méritos de las principales figuras del deporte español e internacional.

Premios Ondas

La Gran Gala de los 66.º Premios Ondas tuvo lugar en Gran Teatre del Liceu de Barcelona el 14 de noviembre. Radio Barcelona de la SER otorgó los 27 premios con los que reconoce cada año el trabajo de los profesionales, empresas y trabajos nacionales e internacionales más sobresalientes en radio, publicidad radiofónica, televisión y música. Entre los premiados nacionales constan nombres propios como Rosalía, Carlos Franganillo, Alejandra Andrade, Paloma del Río, Candela Peña o Miguel Ángel Silvestre, junto a agencias como Sra. Rushmore y Pingüino Torreblanca, festiva-



Premios Ondas 2019: Luis del Olmo, Carlos Alsina, Pepa Bueno, Carlos Herrera e Iñaki Gabilondo

les como Sonorama Ribera, La Mar de Músicas o Concert Music Festival, y programas como *Nadie sabe nada*, *Tierra y mar* o *La resistencia*. En el apartado internacional destacaron *Un temps de cochon* (Le Labo RTS - Espace 2, Suiza), *Švédí z osady* (RTVS, Eslovaquia) y *Eden* (ARTE, Francia).

Los Premios Ondas son los decanos y más prestigiosos galardones que se conceden en España y cuentan con el apoyo de la Unión Europea de Radiodifusión. Prueba de que se han convertido en un referente privilegiado del talento del sector audiovisual nacional e internacional es que en 2019 se batió el récord histórico de inscripciones: 450 candidaturas provenientes de 25 países de todo el mundo.

Premios Ortega y Gasset de Periodismo

Los Premios Ortega y Gasset se conceden desde 1984 por la defensa de las libertades, la independencia y el rigor como virtudes del periodismo. Reconocen cada año los mejores trabajos periodísticos publicados originariamente en español en cuatro categorías: *mejor historia o investigación periodística*, *mejor cobertura multimedia*, *mejor fotografía* y *trayectoria profesional*. En 2019 se reconoció a *Los muertos que me habitan*, publicado en la revista 5W (mejor historia o investigación periodística); *La generación del hambre*, de Johana Osorio para *El Pitazo* de Miami (mejor cobertura multimedia); Vicent West (mejor fotografía) y Darío Arizmendi (trayectoria profesional).



Entrega Premios Ortega y Gasset de Periodismo 2019



XII Premios Cinco Días a la innovación empresarial

Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial

Los Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial son un acontecimiento clave del mundo económico. Gozan de gran representatividad, tanto pública e institucional como del sector privado, y su rápido posicionamiento es un indicador del prestigio del diario, igual que el gran número de candidaturas recibidas o la afluencia de asistentes de relevancia a la gala.



En su duodécima edición, el premio al *proyecto empresarial más innovador en el campo tecnológico* fue para Acciona por el proyecto *Greenchain*, plataforma en tecnología *blockchain* que ofrece la trazabilidad del origen renovable de la producción de energía desde su generación de una manera segura.

El premio a la *iniciativa empresarial más innovadora en responsabilidad social empresarial* recayó en Red Eléctrica España, por *El bosque marino*, proyecto que persigue la restauración de la *Posidonia oceanica*, una especie vegetal clave para la biodiversidad y la preservación de los ecosistemas acuáticos y sistemas dunares de Mallorca.

Con el premio a la *acción empresarial más innovadora ligada a la universidad* se alzó Alen Space, *spin off* de la Universidad de Vigo dirigido al desarrollo y fabricación de nanosatélites.

Premios As del Deporte

Los Premios AS del Deporte celebraron su 13.ª edición reconociendo la excelencia deportiva tanto en el panorama español como a nivel internacional. En la categoría *leyenda* se reconoció la trayectoria del cubano Javier Sotomayor, plus-

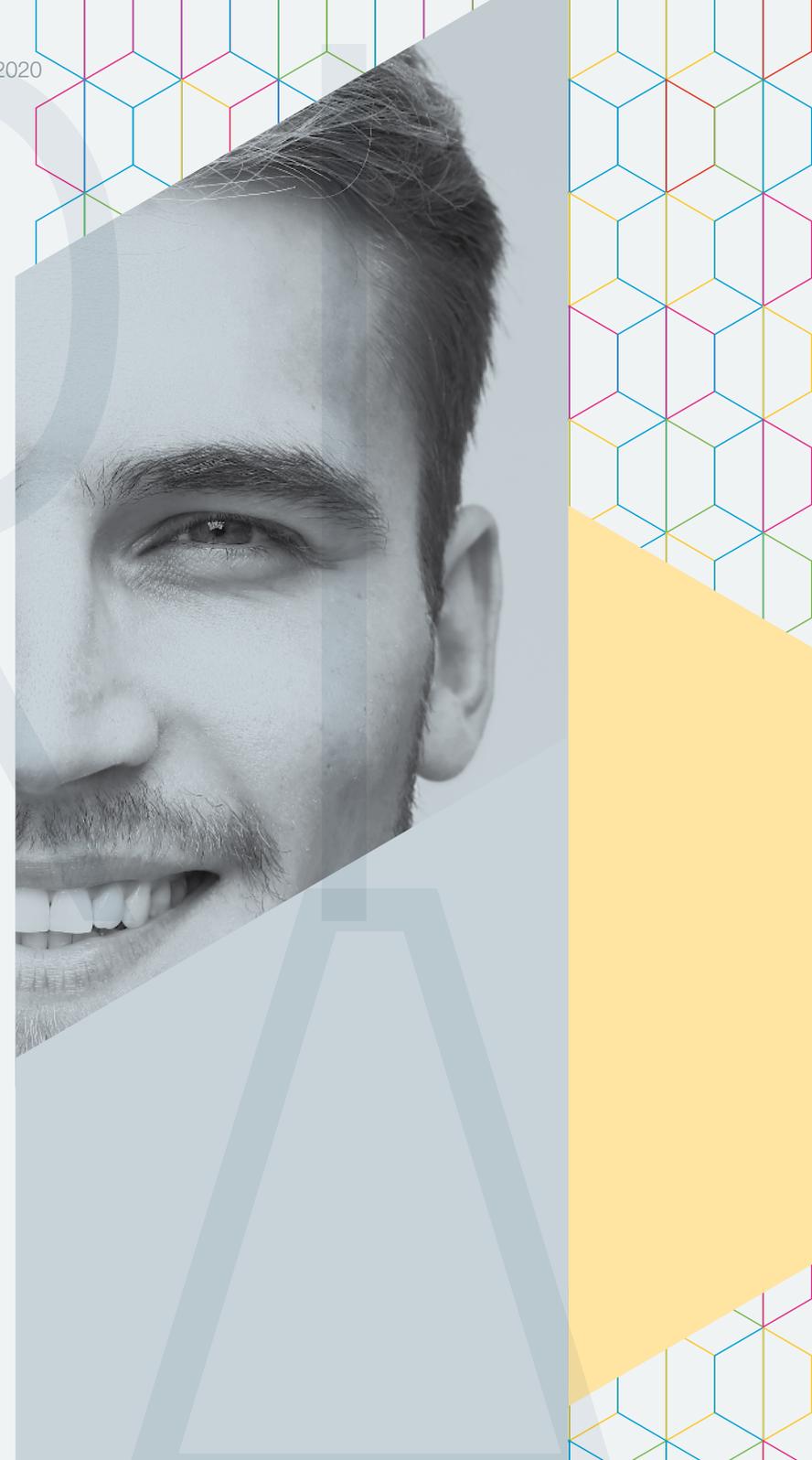


marquista mundial de salto de altura desde 1993, campeón olímpico y seis veces campeón del mundo. La categoría *trayectoria* reconoció al patinador español Javier Fernández. También se alzaron con el galardón la Selección española de baloncesto en categorías masculina y femenina, el piloto de trial Toni Bou, la nadadora artística Ona Carbonell, La Liga, el Real Madrid Club de Fútbol, los futbolistas Joaquín y Messi, el equipo español de Copa Davis y, a título póstumo, el entrenador Luis Aragonés. La categoría *América* fue para el futbolista Diego Forlán y el ciclista Egan Bernal, y la categoría *Arabia* para el saltador de altura catari Mutaz Essa Barshim. En la categoría *Fair Play*, el vencedor fue el club de fútbol sala Ribera Navarra, de Tudela. La categoría *promesa* reconoció a la nadadora Alba Vázquez, y la categoría *paralímpica* a la también nadadora Nuria Marqués.



Foto de familia de los Premios As

3 Anexos



ÁMBITO Y ALCANCE DE ESTE INFORME

El presente *Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad* complementa el *Estado de Información no Financiera* verificado por un verificador independiente, el cual está integrado en el *Informe de Gestión de la Memoria Consolidada 2019* de PRISA. Refleja, de forma transparente y fiel, el grado de desarrollo de las actuaciones y compromisos de PRISA en los ámbitos económico, social y medioambiental durante el ejercicio 2019, dando continuidad a los informes elaborados los años anteriores.

Los datos que se presentan reflejan la totalidad de las actividades desarrolladas por las sociedades de PRISA en los países en los que opera, con las excepciones en el alcance que se identifican en las tablas con indicadores GRI anexas.

La información se presenta mediante datos agregados (a nivel de grupo) o desagregados (por unidades de negocio), dependiendo de la naturaleza de la información, para facilitar la comprensión a los lectores. En la mayoría de los casos, el informe muestra la evolución de resultados desde años anteriores por considerar representativo este desarrollo comparativo.

El *Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad* recoge información de las unidades de negocio del Grupo: PRISA Noticias, PRISA Radio, Santillana y Media Capital en los mercados en los que está presente.

Al igual que en años anteriores, PRISA ha tenido en cuenta los Principios del Pacto Mundial y ha seguido las recomendaciones de la guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del Global Reporting Initiative™, como base para la presentación y redacción de la información relativa a nuestra actividad. Se han tenido en cuenta las directrices de **GRI SRS (GRI Sustainability Reporting Standards) con un nivel de conformidad exhaustivo.**

Tal y como requiere GRI, PRISA ha elaborado el informe basándose en su análisis de materialidad, en donde identifica los aspectos ambientales, sociales y econó-

micos relevantes para sus grupos de interés en función del impacto en la cadena de valor y sobre los que reporta su información no financiera.

PRINCIPIOS DE ELABORACIÓN DEL INFORME

El *Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad* ofrece una información fiable y equilibrada sobre el trabajo de PRISA en los principales desafíos que plantea el concepto de responsabilidad social. Conforme a las directrices establecidas por Global Reporting Initiative™, el contenido de este informe refleja los siguientes principios:

Materialidad

La información que contiene cubre los aspectos que reflejan los impactos significativos del grupo a nivel social, medioambiental y económico, aspectos que influyen de manera sustancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés.

Participación de los grupos de interés

Se encuentran identificados y claramente relacionados con la actividad de PRISA. La compañía trata de satisfacer las demandas y las necesidades de estos grupos a través de la mejora y el mantenimiento de la calidad de sus productos y de sus actuaciones. Las expectativas y los intereses razonables de los grupos de interés son una referencia básica para muchas de las decisiones que se toman al elaborar el informe. Más información en *La sostenibilidad en PRISA. Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés.*

| Contexto de sostenibilidad

El informe presenta la misión de la compañía en el contexto más amplio de la sostenibilidad y refleja cómo contribuye con acciones concretas en materia ambiental, social y económica.

| Exhaustividad

Este informe aborda los aspectos materiales y su cobertura, de modo que refleja sus efectos significativos, tanto económicos y ambientales como sociales, en el periodo analizado, correspondiente al ejercicio 2019.

| Equilibrio

Refleja tanto los aspectos positivos como los negativos de la labor de la organización a fin de propiciar una evaluación bien fundamentada sobre el trabajo general.

| Comparabilidad

La información se presenta de tal forma que los grupos de interés puedan analizar la evolución del cometido de la organización, y que incluso se pueda analizar con respecto al de otras organizaciones.

| Precisión

La información sobre el enfoque de gestión y los indicadores de carácter económico, ambiental y social se presentan de manera lo suficientemente precisa y pormenorizada como para que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización.

| Puntualidad

Este informe da continuidad a los presentados en fechas similares en años anteriores.

| Claridad

El contenido se presenta de forma comprensible para los grupos de interés a los que se dirige, de manera que puedan acceder a la información y comprenderla adecuadamente.

| Fiabilidad

Este informe reúne, analiza y divulga la información y los procesos que se siguen para su elaboración, de modo que se pueda someter a evaluación y se establezcan la calidad y la materialidad.



CORRELACIÓN DE INDICADORES GRI (SRS), PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL Y OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES GRI STANDARDS					
GRI STANDARD NUMBER	ÁMBITO	APARTADO	PÁGINA / OMISIÓN	ODS	PACTO MUNDIAL
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN					
102-1	Nombre de la organización	• PRISA, un grupo global	8		
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	• PRISA, un grupo global • Principales magnitudes	8, 12, 34-35 PRISA no comercializa ningún producto prohibido o en litigio.		
102-3	Ubicación de la sede	• PRISA, un grupo global	8-9, 145		
102-4	Ubicación de las operaciones	• PRISA, un grupo global	8-9		
102-5	Propiedad y forma jurídica	• Accionistas e inversores	93, IAGC Promotora de Informaciones, S.A. con domicilio social en Madrid. Su actividad comprende, entre otras, la explotación de medios de comunicación social impresos y audiovisuales, la participación en sociedades y negocios y la prestación de toda clase de servicios.		
102-6	Mercados servidos	• PRISA, un grupo global • Áreas de negocio • Principales magnitudes	8, 9, 18-33, 34-40		
102-7	Tamaño de la organización	• Principales magnitudes	8, 34-40	Objetivo 5. Igualdad de género.	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	• De nuestros profesionales	8, 63-68	Objetivo 5. Igualdad de género. Objetivo 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
102-9	Cadena de suministro	• De nuestros proveedores	75		
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	• Gobierno corporativo	80		
PARTICIPACIÓN E INICIATIVAS EXTERNAS					
102-11	Principio o enfoque de precaución	• Cumplimientos y gestión de riesgo	89-92		
102-12	Iniciativas externas	• Panorama de un año • Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés • Compromiso con el desarrollo sostenible	13-17, 47, 51, 96-127		
102-13	Afiliación a asociaciones	• Panorama de un año • Gobierno corporativo • Compromiso con el desarrollo sostenible	13-17, 88, 96-117		
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS					
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	• Cartas del presidente y del consejero delegado de PRISA	2, 3		
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	• Compromiso con el desarrollo sostenible. • De nuestros proveedores • Cumplimiento y gestión de riesgos • Anexos	75-79, 89-92, 129 + IAGC		

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES GRI STANDARDS

GRI STANDARD NUMBER	ÁMBITO	APARTADO	PÁGINA / OMISIÓN	ODS	PACTO MUNDIAL
ÉTICA E INEGRIDAD					
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	• Misión, visión y valores	10-11	16. Paz, justicia e instituciones sólidas	10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	• La sostenibilidad en PRISA • Cumplimientos y gestión de riesgo	46, 50, 89-92	16. Paz, justicia e instituciones sólidas	10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.
GOBIERNO CORPORATIVO					
102-18	Estructura de gobernanza	• Gobierno corporativo	80-85, IAGC + Estatutos Sociales Reglamento del Consejo de Administración Todas las comisiones del consejo de la compañía tienen responsabilidad en la toma de decisiones sobre algunos o todos los ámbitos económico, ambiental y/o social a través de: la Comisión Delegada, la Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo.		
102-19	Delegación de autoridad	• Gobierno corporativo	80-88		
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	• Gobierno corporativo	80-88 Todos los comités del consejo de la compañía tienen responsabilidad en la toma de decisiones sobre algunos o todos los ámbitos económico, ambiental y/o social a través de: la Comisión Delegada, la Comisión de Auditoría, Riesgos y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo.	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	• Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés • Gobierno corporativo	47-49, 83-84		
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	• Gobierno corporativo	80-82 + IAGC + Reglamento Consejo	5. Igualdad de género. 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	• Gobierno corporativo	80-82 + Reglamento Consejo	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	• Gobierno corporativo	80-83 + Reglamento Consejo	5. Igualdad de género. 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
102-25	Conflictos de intereses	• Gobierno corporativo	83	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
PAPEL DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO A LA HORA DE ESTABLECER LOS PROPÓSITOS, LOS VALORES Y LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN					
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	• Gobierno corporativo	80-88 Informe Anual de Gobierno Corporativo. Reglamento del Consejo de Administración		
EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y EL DESEMPEÑO DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO					
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	• Gobierno corporativo	81-83 + IAGC + Reglamento Consejo	4. Educación de calidad.	
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	• Gobierno corporativo	81-83 + Reglamento Consejo + IAGC		

IAGC: Informe Anual de Gobierno Corporativo de 2019

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES GRI STANDARDS

GRI STANDARD NUMBER	ÁMBITO	APARTADO	PÁGINA / OMISIÓN	ODS	PACTO MUNDIAL
FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA GESTIÓN DEL RIESGO					
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	<ul style="list-style-type: none"> La sostenibilidad en PRISA Gobierno corporativo Cumplimientos y gestión de riesgo Compromiso con el desarrollo sostenible. Introducción 	48, 81, 89-90, 96-102 Reglamento del Consejo de Administración Informe Anual de Gobierno Corporativo	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	<ul style="list-style-type: none"> Gobierno corporativo Cumplimientos y gestión de riesgo 	81, 89- 92 Reglamento del Consejo de Administración Informe Anual de Gobierno Corporativo		
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	<ul style="list-style-type: none"> Gobierno corporativo 	81 Reglamento del Consejo de Administración Informe Anual de Gobierno Corporativo		
FUNCIÓN DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA DE SOSTENIBILIDAD					
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	El Consejo de Administración de PRISA supervisa y aprueba el informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad. Asimismo el Estado de Información no Financiera incluido en el Informe de Gestión ha sido formulado y aprobado por el Consejo de Administración			
FUNCIONES DEL ÓRGANO SUPERIOR DE GOBIERNO EN LA EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL					
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	<ul style="list-style-type: none"> Misión, visión y valores Gobierno corporativo Cumplimientos y gestión de riesgo 	10-11, 80-81, 89-92 + IAGC Cuando en un área se tiene conocimiento de la existencia de un asunto de interés crítico, el responsable de la misma ha de transmitirlo al Consejero Delegado, primer ejecutivo de la Compañía, quien a su vez lo somete a la consideración de las Comisiones del Consejo o del propio Consejo de Administración, según corresponda. En función de la gravedad y/o urgencia del asunto crítico de que se trate, la Compañía tiene la capacidad y flexibilidad necesarias para convocar y celebrar reuniones de las Comisiones y/o del Consejo de Administración ad hoc con la inmediatez e información previa precisas.		
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	<ul style="list-style-type: none"> Gobierno corporativo Cumplimientos y gestión de riesgo 	89-92 Cuando en un área se tiene conocimiento de la existencia de un asunto de interés crítico, el responsable de la misma ha de transmitirlo al Consejero Delegado, primer ejecutivo de la Compañía, quien a su vez lo somete a la consideración de las Comisiones del Consejo o del propio Consejo de Administración, según corresponda. En función de la gravedad y/o urgencia del asunto crítico de que se trate, la Compañía tiene la capacidad y flexibilidad necesarias para convocar y celebrar reuniones de las Comisiones y/o del Consejo de Administración ad hoc con la inmediatez e información previa precisas.		
102-35	Políticas de remuneración	En la Política de Retribuciones así como en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los consejeros, se encuentran los principios en los que se basa la política retributiva, los conceptos retributivos que perciben los consejeros así como los objetivos y parámetros aplicables para determinar la remuneración del máximo órgano de gobierno.			
102-36	Proceso para determinar la remuneración	La compañía dispone de una Política de Retribuciones para los Consejeros.			
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Tanto la Política de Retribuciones como el <i>Informe Anual sobre Remuneraciones de los consejeros</i> son aprobadas en la Junta General de Accionistas.		16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
102-38	Ratio de compensación total anual	PRISA publica en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros la retribución de sus consejeros.		5. Igualdad de género. 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	PRISA publica en el <i>Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros</i> la retribución de sus Consejeros.		5. Igualdad de género. 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES GRI STANDARDS

GRI STANDARD NUMBER	ÁMBITO	APARTADO	PÁGINA / OMISIÓN	ODS	PACTO MUNDIAL
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS					
102-40	Lista de grupos de interés	• Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés	47		
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	• De nuestros profesionales	67	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	3. Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	• Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés	47		
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	• Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés.	47-51. 83 PRISA y sus unidades de negocio realizan periódicamente encuestas de satisfacción a sus usuarios y oyentes.		
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	• Análisis de materialidad	48-49 PRISA y sus unidades de negocio realizan periódicamente encuestas de satisfacción a sus usuarios y oyentes.		
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA					
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	• Anexos	129-130		
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	• Análisis de materialidad • Anexos	48, 129-130		
102-47	Lista de temas materiales	• Análisis de materialidad	48		
102-48	Reexpresión de la información	• Anexos	129		
102-49	Cambios en la elaboración de informes	• Anexos	129		
PERFIL DE LA MEMORIA					
102-50	Periodo objeto del informe	• Anexos	129		
102-51	Fecha del último informe	• Anexos	129		
102-52	Ciclo de elaboración de informes	• Anexos	El ciclo de elaboración del informe de sostenibilidad del Grupo PRISA es anual.		
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	• Anexos	144		
Índice de GRI					
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	• Anexos	129		
102-55	Índice de contenidos GRI	• Anexos	132-143		
Verificación					
102-56	Verificación externa	• Anexos	129, Informe de Verificación del Estado de Información no Financiera en el Informe de Gestión		
Enfoques de gestión					
103-1	Explicación del aspecto material y su cobertura	• Análisis de materialidad	48-49		
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	• Análisis de materialidad	48-49		8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia- les identificados	Cobertura del Aspec- to Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
DIMENSIÓN ECONÓMICA								
Desempeño económico								
Creación de valor sos- tenible para nuestros grupos de interés.	Mixto	201-1	Valor económico directo generado y distribuido		143	Grupo	2. Hambre cero. 5. Igualdad de género.	
		201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	• Del medioambiente	76-79	Grupo	7. Energía asequible y no contaminante. 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	
		201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	• De nuestros profesionales	66-68	Grupo	9. Industria, innovaciones e infraestructuras.	
		201-4	Asistencia financiera recibida del Gobierno	PRISA cuenta con formación bonificada para sus empleados en España.		Grupo	13. Acción por el clima.	
		M1	Financiación y otros apoyos significativos recibidos de fuentes no gubernamentales	Financiación del Banco Mundial, CDTI, Ministerio de Industria. Google ha financiado algunos proyectos tecnológicos del Grupo		Grupo		
Presencia en el mercado								
Gestion responsable de nuestro profesionales	Interno	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local.	• De nuestros profesionales	63-64	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
		202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	• De nuestros profesionales	64			
Consecuencias económicas directas								
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad.	Externo	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados.	• Creación y distribución de contenidos • Compromiso con el desarrollo sostenible. Introducción	52-62, 112-115	Grupo	2. Hambre cero. 5. Igualdad de género. 7. Energía asequible y no contaminante. 9. Industria, innovaciones e infraestructuras. 11. Ciudades y comunidades sostenibles.	
		203-2	Impactos económicos indirectos significativos.	• Creación y distribución de contenidos	52-62			1. Fin de la pobreza. 2. Hambre cero. 3. Salud y bienestar. 8. Trabajo decente y crecimiento económico. 10. Reducción de las desigualdades. 17. Alianzas para lograr los objetivos.
Prácticas de adquisición								
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad.	Externo	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales.	• De nuestros proveedores	75	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico. 12. Producción y consumo responsables.	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia-les identificados	Cobertura del Aspecto Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
Política pública								
Cumplimiento regulatorio	Mixto	205-1	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	• Cumplimientos y gestión de riesgo	89-91 En el contexto del MPD del Grupo en España, se analiza en los distintos negocios el riesgo de cohecho y de corrupción asociados a las distintas actividades y operativas del Grupo en España, identificando los riesgos potenciales de dichas actividades.	Grupo	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.
		205-2	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	• Cumplimientos y gestión de riesgo	90-91 El Código Ético del Grupo PRISA contiene principios y normas de actuación en esta materia y ha sido objeto de diversas acciones de comunicación, entre todos los empleados, a lo largo del ejercicio 2019. Asimismo, PRISA cuenta con una Política de Anticorrupción, que resulta de aplicación para todas las sociedades del Grupo y que ha sido comunicada a los empleados. Adicionalmente, como parte del pack de bienvenida, esta política está publicada en la intranet corporativa (Portal de Procedimientos), de manera accesible a todos los empleados del Grupo. El Grupo cuenta también con una Política de Regalos. Adicionalmente, la Unidad de Cumplimiento de Grupo PRISA emitió unas directrices en materia de blanqueo de capitales, también de aplicación para todas las sociedades del Grupo, que tienen por objeto reforzar las medidas para prevenir y evitar, por parte de las empresas de Grupo PRISA, la realización de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas o ilícitas.			
		205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas.	• Cumplimientos y gestión de riesgo	90-91			
Cumplimiento regulatorio								
Cumplimiento regulatorio	Mixto	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	Información en Memoria consolidada 2019 de PRISA		Grupo	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
DIMENSIÓN AMBIENTAL								
Materiales								
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen.	• Del medioambiente	77-78	Grupo	12. Producción y consumo responsables. 15. Vida de ecosistemas terrestres.	7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
		301-2	Insumos reciclados.	• Del medioambiente	77			8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado.	Durante el ejercicio 2019 no se han identificado iniciativas en este sentido.				8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia- les identificados	Cobertura del Aspec- to Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
Energía								
Gestión responsable de los recursos am- bientales	Mixto	302-1	Consumo energético dentro de la orga- nización	• Del medioambiente	78	Grupo	7. Energía asequible y no contaminante.	7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente. 8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		302-2	Consumo energético fuera de la organi- zación	No material		N.A.		8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		302-3	Intensidad energética	La intensidad del consumo de electricidad del Grupo (GWh / Millones € de facturación) ha sido de 47,2.		Grupo		8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		302-4	Reducción del consumo energético	• Del medioambiente	78	Grupo	7. Energía asequible y no contaminante. 13. Acción por el clima.	8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. 9. Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecno- logías respetuosas con el medioambiente.
		302-5	Reducción de los requerimientos energéti- cos de productos y servicios	No material		N.A.		8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. 9. Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecno- logías respetuosas con el medioambiente.
Agua								
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	No material		N.A.		7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente. 8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		303-2	Gestión del agua y los impactos derivados de los vertidos	No material		N.A.		8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		303-3	Extracción de agua por fuente	• Del medioambiente	77-78	Grupo	6. Agua limpia y saneamiento.	8. Fomentar las iniciati- vas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		303-4	Vertido de agua	No material		N.A.		
		303-5	Consumo de agua	No material		N.A.		

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia- les identificados	Cobertura del Aspecto Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
Biodiversidad								
No material		304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas.	No material		N.A.		8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad.	No material		N.A.		
		304-3	Hábitats protegidos o restaurados.	No material		N.A.		
		304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	No material		N.A.		
Emisiones								
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	• Del medioambiente	78-79	Grupo		7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
		305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	• Del medioambiente	78-79	Grupo		
		305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	• Del medioambiente	78-79	Grupo	13. Acción por el clima. 15. Vida de ecosistemas terrestres.	8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	La intensidad de las emisiones del Grupo (t CO ₂ eq / Millones € facturación) han sido: - Intensidad emisiones Alcance 1: 3,4. - Intensidad emisiones Alcance 2: 10,4. - Intensidad emisiones Alcance 3: 47,7.		Grupo		8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		305-5	Reducción de las emisiones de GEI	• Del medioambiente	78-79	Grupo		8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. 9. Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente.
		305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	No material		N.A.		7. Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente.
		305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire.	No material		N.A.		8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
Efluentes y residuos								
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	No material		N.A.		8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	• Del medioambiente	76-77	Grupo	12. Producción y consumo responsables.	
		306-3	Derrames significativos	No material		N.A.		
		306-4	Transporte de residuos peligrosos	No material		N.A.		
		306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	No material		N.A.		

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia- les identificados	Cobertura del Aspecto Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
Cumplimiento regulatorio								
Gestión responsable de nuestro profesionales	Mixto	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se ha producido ninguna multa ni sanción significativa por incumplimiento de la normativa ambiental.		Grupo	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
Evaluación ambiental de los proveedores								
Gestión responsable de nuestro profesionales	Mixto	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	• De nuestros proveedores	75	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	8. Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
		308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	En materia ambiental existe un impacto asociado al consumo de papel en la unidad de negocio de Santillana y en la de PRISA Noticias. Para mitigarlo, el grupo sigue las iniciativas descritas en el apartado de control de consumos, más allá de que el sector esté inmerso en un proceso de conversión hacia la producción de contenidos digitales.		Grupo	12. Producción y consumo responsables.	
DIMENSIÓN SOCIAL								
Prácticas laborales y trabajo digno / Empleo								
Interno	Interno	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	• De nuestros profesionales	63-65	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
		401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	• De nuestros profesionales	65-68			
		401-3	Permiso parental	• De nuestros profesionales	65-66	Grupo	5. Igualdad de género. 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
Relaciones entre los trabajadores y la dirección								
Gestión responsable de nuestros profesionales	Mixto	402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	PRISA fija períodos mínimos de preaviso para desarrollar cambios estructurales u organizativos, conformes a los plazos establecidos en la legislación o en los convenios colectivos aplicables		Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	3. Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
Salud y seguridad en el trabajo								
Gestión responsable de nuestros profesionales	Mixto	403-1	Sistema de gestión de la seguridad y salud laboral	• De nuestros profesionales	66-67	Grupo	3. Salud y bienestar.	
		403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	• De nuestros profesionales	66-67	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	
		403-3	Servicios de salud laboral	• De nuestros profesionales	66-67	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	
		403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad laboral.	PRISA cumple lo que exige en la legislación en cada uno de los países en los que está presente.		Grupo		
		403-5	Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral	La compañía dispone de un portal específico de prevención de riesgos laborales, que se actualiza de forma continua y al que tienen acceso todos los trabajadores de PRISA.		Grupo		
		403-6	Difusión de la salud de los trabajadores	La compañía dispone de un portal específico de prevención de riesgos laborales, que se actualiza de forma continua y al que tienen acceso todos los trabajadores de PRISA.		Grupo		
		403-7	Prevención y mitigación de los impactos en salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por relaciones comerciales	No existen riesgos específicos derivados de la actividad de PRISA.		Grupo		
		403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral	• De nuestros profesionales	66-67	Grupo	3. Salud y bienestar.	
		403-9	Accidentes laborales	• De nuestros profesionales	66-67	Grupo	3. Salud y bienestar.	
		403-10	Enfermedades profesionales	• De nuestros profesionales	66-67	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico.	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia-les identificados	Cobertura del Aspecto Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
Capacitación y educación								
Gestión del talento	Interno	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	• De nuestros profesionales	67	Grupo	4. Educación de calidad. 5. Igualdad de género. 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
		404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	• De nuestros profesionales	67		8. Trabajo decente y crecimiento económico.	
		404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	En el año 2019 el 29% de los empleados del grupo han recibido evaluación del desempeño. Este dato se ha obtenido teniendo en consideración aquellos empleados que han percibido retribución variable, lo que lleva implícito una evaluación del desempeño.			5. Igualdad de género. 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
Diversidad e igualdad de oportunidades								
Igualdad de oportunidades	Interno	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	• Gobierno corporativo	67-68, 80-81	Grupo	5. Igualdad de género. 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres								
Igualdad de oportunidades	Interno	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	• De nuestros profesionales	63-65	Grupo	5. Igualdad de género. 8. Trabajo decente y crecimiento económico.	
DERECHOS HUMANOS								
No discriminación								
Igualdad de oportunidades	Mixto	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	• De nuestros profesionales • Cumplimientos y gestión de riesgo	66-68, 89-92	Grupo	5. Igualdad de género. 8. Trabajo decente y crecimiento económico. 16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
Libertad de asociación y negociación colectiva								
Respeto de los derechos humanos	Mixto	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	• De nuestros proveedores	75	Grupo	8. Trabajo decente y crecimiento económico. 12. Producción y consumo responsables.	3. Apoyar la libertad de afiliación y la negociación colectiva.
Trabajo infantil								
Respeto de los derechos humanos	Mixto	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No material		N.A.		5. Apoyar la erradicación del trabajo infantil.
Trabajo forzoso								
Respeto de los derechos humanos	Mixto	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No material		N.A.		4. Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.
Medidas de seguridad								
Respeto de los derechos humanos	Mixto	410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	En aquellos países en los que existe personal de seguridad este es subcontratado a terceros. PRISA está avanzando para poder reportar esta información en próximos ejercicios.		Grupo		1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia-les identificados	Cobertura del Aspecto Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
Derechos de la población indígena								
No material	Mixto	411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	No material		N.A.		1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
Evaluación								
No material	Mixto	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	No material		N.A.		1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
Inversión								
Gestión ética		412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Teniendo en cuenta el sector de actividad de PRISA no se considera prioritaria la formación relativa a los derechos humanos, si bien el Grupo pone a disposición de todos sus empleados el Código de Conducta donde se recogen los principios básicos de actuación de los mismos.		N.A.		
		412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	No material		Grupo		1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos. 2. No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
SOCIEDAD								
Comunidades locales								
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad	Mixto	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	• Compromiso con el desarrollo sostenible. Introducción	96-127	Grupo	11. Ciudades y comunidades sostenibles	1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
		413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	No material		N.A.		1. Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos.
Evaluación de la repercusión social de los proveedores								
Respeto de los derechos humanos	Mixto	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	• De nuestros proveedores	75	Grupo		2. No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos. 6. Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación.
		414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No material		Grupo		2. No ser cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.
Prácticas de competencia desleal								
Cumplimiento regulatorio	Mixto	415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Las relaciones con las autoridades y Administraciones Públicas están recogidas en el Código Ético del Grupo.		Grupo		10. Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia-les identificados	Cobertura del Aspec-to Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS								
Salud y seguridad de los clientes								
No material		416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	No material		N.A.		
		416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No material		N.A.		
Etiquetado de los productos y servicios								
Comunicación honesta y rigurosa	Mixto	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	• Del medioambiente	76-79	Grupo		
		417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	• Del medioambiente	76-78, 89-91	Grupo		
Comunicaciones de marketing								
Cumplimiento regulatorio	Mixto	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con las comunicaciones de marketing	Durante el 2019 no se ha producido ningún incumplimiento de las normativas o códigos voluntarios relacionados con las comunicaciones de marketing, como publicidad, promoción y patrocinio.		Grupo		
Privacidad de los clientes								
Cumplimiento regulatorio	Mixto	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Durante el 2019 no se han recibido reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y/o pérdida de datos del cliente.		Grupo	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
Cumplimiento regulatorio								
Cumplimiento regulatorio	Mixto	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Durante el 2019 no hay constancia de haber recibido multas o sanciones significativas por incumplimiento de leyes y/o normativas en los ámbitos social/económico.		Grupo	16. Paz, justicia e instituciones sólidas.	
Creación de contenido								
Comunicación honesta y rigurosa	Mixto	M2	Metodología empleada para evaluar y monitorizar la adhesión a valores de creación de contenido.	• PRISA, un grupo global • Misión, visión y valores • Creación y distribución de contenidos	8, 10-11, 52-63	Grupo		
		M3	Acciones tomadas para mejorar la adhesión a los valores de creación de contenido y resultados obtenidos.	• PRISA, un grupo global • Misión, visión y valores • Creación y distribución de contenidos	8, 10-11, 52-63	Grupo		

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI STANDARDS

Aspectos materia-les identificados	Cobertura del Aspecto Material	Indicador GRI Standard	Descripción	APARTADO	Página / Omisión	Alcance	ODS	PACTO MUNDIAL
Divulgación de contenido								
Comunicación honesta y rigurosa	Mixto	M4	Acciones tomadas para mejorar el desempeño en relación a aspectos de divulgación de contenido (accesibilidad, protección de públicos vulnerables y toma informada de decisiones) y resultados obtenidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Areas de negocio • Creación y distribución de contenidos • De nuestros usuarios • Principios de funcionamiento y organización de la gobernanza editorial del grupo 	18-33, 52-63, 69, 84-88	Grupo		
		M5	Número y naturaleza de las respuestas (opiniones y quejas) relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables y toma informada de decisiones y accesibilidad, y procesos para dar respuesta.	<ul style="list-style-type: none"> • Areas de negocio • Creación y distribución de contenidos • De nuestros usuarios • Principios de funcionamiento y organización de la gobernanza editorial del grupo 	18-33, 52-63, 69, 84-88	Grupo		
Interacción con el público								
Transformación digital	Mixto	M6	Métodos para interactuar con la audiencia y resultados obtenidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Panorama de un año • Areas de negocio • De nuestros usuarios 	13-33, 43, 6	Grupo		
Alfabetización mediática								
Comunicación honesta y rigurosa		M7	Acciones tomadas para capacitar a la audiencia a través del desarrollo de iniciativas de alfabetización y resultados obtenidos.	<ul style="list-style-type: none"> • Panorama de un año • Areas de negocio 	13-33	Grupo		4. Educación de calidad.

MILES DE EUROS	2019
VALOR ECONÓMICO GENERADO	1.101.816
Ingresos de explotación	1.095.550
Ingresos financieros	3.590
Resultado por el método de participación	2.676
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	1.002.525
Consumos	546.856
Gastos de personal	342.575
Gastos financieros	76.601
Pago de impuestos sobre beneficios	25.013
Dividendos	11.480
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VALOR ECONÓMICO GENERADO MENOS EL DISTRIBUIDO)	99.291



* No se incluye Media Capital en 2019 por ser una actividad interrumpida.

INFORMACIÓN DE CONTACTO



Promotora de Informaciones, S.A.

www.prisa.com

Gran Vía, 32
28013 Madrid
(España)

Tel: +34 913 301 000
Fax +34 913 301 038

facebook.com/prisa

twitter.com/prisa

linkedin.com/company/prisa

Dirección de comunicación

Tel.: +34 913 301 079 / 093

Fax: +34 913 301 038

e-mail: comunicacion@prisa.com

Oficina de Relación con Inversores

Tel.: +34 913 301 085

Fax: +34 913 301 088

e-mail: ir@prisa.com

Oficina de Atención al Accionista

Tel.: +34 913 301 168

e-mail: ia@prisa.com

Santillana

Avda. de los Artesanos, 6
28760 Tres Cantos. Madrid (España)
Tel: +34 917 449 060

PRISA Noticias

Miguel Yuste, 40
28037 Madrid (España)
Tel: +34 913 378 200

PRISA Radio

Gran Vía, 32
28013 Madrid (España)
Tel: +34 913 477 700

Media Capital

Rua Mário Castelhana, 40
Queluz de Baixo, 2734-502 Barcarena (Portugal)
Tel:+351 21 434 7500