Informe **2010**
Responsabilidad Corporativa

TELECINCO

Ver vídeo
institucional

MEDIASETespaña.

Pacto Mundial
C/Nuñez de Balboa 116,5º planta, 27
Madrid 28006

Madrid, 25 de octubre de 2011

Estimado Sr. Presidente:

La razón de estas líneas es comunicarle que, un año más, nuestra compañía ha decidido renovar el compromiso adquirido con el Pacto Mundial de Naciones Unidas y sus Diez Principios. En nuestro Informe del ejercicio 2010, que tengo el placer de remitirle, se reflejan las actuaciones que en cada uno de los Diez Principios el Grupo Mediaset España ha venido realizando a lo largo del ejercicio.

En materia de protección de los derechos humanos y políticas de igualdad, el Grupo Mediaset ha seguido avanzando a lo largo del año 2010; así se han firmado los acuerdos de Convenio Colectivo para 2011, se ha puesto en marcha la 1ª edición del Master de Creación y Gestión de Contenidos conjuntamente con la Universidad Europea de Madrid y sobre todo se ha trabajado intensamente en materia de igualdad, aprobándose los primeros Planes de Igualdad para todas las empresas del Grupo. Este esfuerzo ha sido reconocido por el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad con el distintivo en materia de igualdad denominado "Igualdad en la Empresa" otorgado a la sociedad del Grupo, Agencia de Televisión Latino-Americana de Servicios y Noticias España, SAU. (Principios 1,2,3,4 y 6).

Asimismo, durante el año 2010 Mediaset se comprometió socialmente en primer lugar, mediante la emisión de contenidos concretos de elevado impacto social, a través de campañas específicas y programas cuya finalidad fue el fomento de valores sociales y sostenibles; campañas como la de UNICEF, Fundación José Carreras o Fundación Plan. Y en segundo lugar, gestionando responsablemente sus contenidos dando cobertura informativa a asuntos de interés social, permitiendo la accesibilidad de todos a los contenidos y asegurando el cumplimiento de los estándares éticos suscritos por Mediaset España.

Por último señalar que Mediaset España, a pesar de no generar impactos ambientales significativos ha asumido un compromiso de desempeñar su actividad de manera sostenible en cuanto al uso eficiente de recursos naturales y la gestión responsable de los residuos generados.

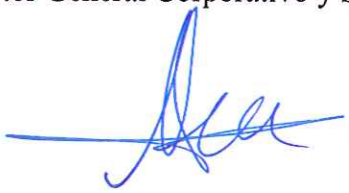
MEDIASETespaña.

De cara al ejercicio 2011, nuestra intención es seguir trabajando en la implementación de los Diez Principios y en especial en la protección de los derechos fundamentales y lucha contra la corrupción.

Por todo lo anteriormente expuesto y porque queremos seguir confirmando nuestro compromiso, renovamos de forma expresa nuestra adhesión a esta iniciativa con el objetivo de seguir avanzando en el cumplimiento de los Diez Principios del Pacto Mundial.

Atentamente,

D. Mario Rodríguez Valderas
Director General Corporativo y Secretario del Consejo de Administración



índice

Acerca de este informe	4
Carta del Presidente y los Consejeros Delegados	6
El Grupo Telecinco	10
Valor Económico	20
Gestión Sostenible	46
Contenidos	62
Publicidad	82
Equipo Humano	86
Desempeño Ambiental	108
Verificación externa	116
Cuadro de Indicadores GRI	120
Glosario	132
Directorio	138

Acerca de este informe

Alcance

El presente Informe, sexto documento anual que publica Telecinco, pretende informar sobre los compromisos en materia de Responsabilidad Corporativa del Grupo, y se refiere al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2010. Este es el tercer año en el que el Informe ha sido verificado por un auditor externo.

El Informe cubre las actividades desarrolladas por el Grupo Telecinco en territorio español, puesto que éstas son las más significativas y representativas del negocio, con la limitación que se explica a continuación:

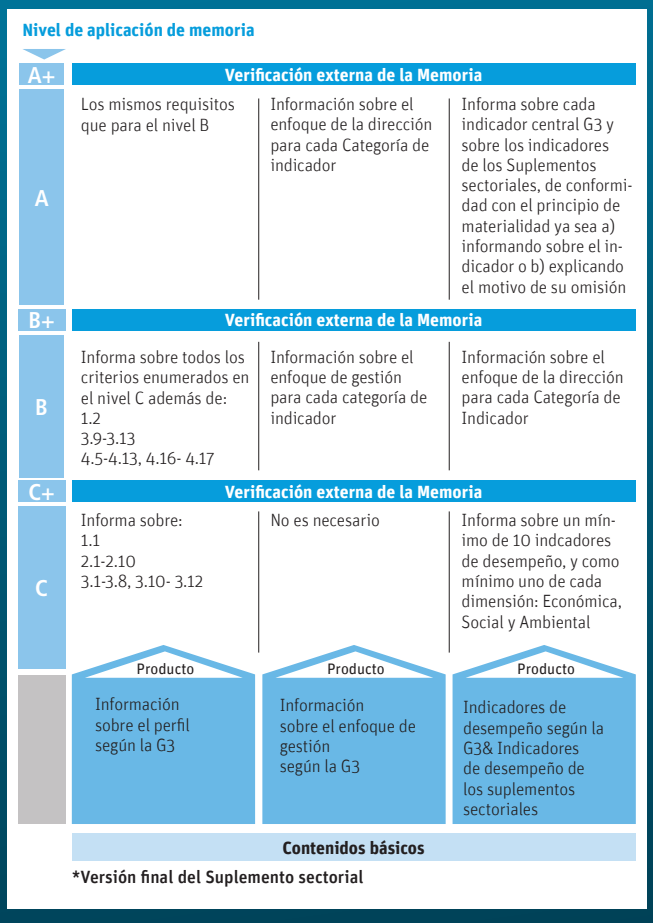
A partir del 28 de diciembre, y como se detallará en el capítulo correspondiente al Grupo Telecinco, la mercantil Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A.U.(en adelante Sogecuatro), gestora del canal de televisión en abierto "Cuatro", pasa a formar parte del Grupo Telecinco. Los datos aportados a lo largo de este Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 corresponden al Grupo Telecinco previo a la incorporación de Sogecuatro, puesto que no sería representativo del desarrollo del negocio del ejercicio 2010, aportar cifras que involucran a las empresas incorporadas a finales de ejercicio. Corresponderá al Informe de 2011, el aportar información consolidada del nuevo Grupo.

El Informe de Responsabilidad Corporativa 2010, como en ediciones anteriores, se pone a disposición de sus grupos de interés en formato digital navegable en Internet, a través de la página web de Telecinco (www.telecinco.es/inversores/es), disponible en idioma castellano e inglés.

Estándares Internacionales

El presente Informe de Responsabilidad Corporativa ha sido elaborado siguiendo las directrices para la Elaboración de Informes de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative, versión 3.0 conocida como G3.

De acuerdo con la autoevaluación realizada por Telecinco y sometida a verificación externa, el informe cubre los requisitos asociados al Nivel A+ de aplicación de G3, lo cual implica que cumple con las especificaciones asociadas al nivel A de G3 en cuanto a Perfil, Enfoques de gestión e Indicadores de Desempeño, y que ha sido sometido a mecanismos de revisión externa.



En el Cuadro de Indicadores GRI se indican las páginas y el grado de cobertura que se ha dado a los requisitos establecidos, enfoques de gestión e indicadores. En caso de omisión de los indicadores centrales de desempeño, se explica la razón de la misma, habiendo contemplado el principio de materialidad en cada caso.

Para el ejercicio 2010 se ha pretendido avanzar en el proceso de reporte, intentando dar respuesta no sólo a los indicadores centrales, sino también a aquellos indicadores adicionales de la Guía G3. El objetivo es ir dando respuesta, progresivamente, a los distintos asuntos planteados a través de estos indicadores.

Proceso de elaboración del Informe

Para la elaboración del presente Informe, se ha contado con la coordinación de la Dirección General Corporativa y la participación de las diversas áreas a quienes se solicitó información y quienes validaron la información final incluida en el Informe. Estas áreas son: División Antena, División Nuevos Negocios, División Producción Contenidos, División Cine y Adquisición Derechos, División Tecnologías, División RR.HH y Servicios, División de Comunicación y Relaciones Externas, División Económico-Financiera, Dirección Relaciones con Inversores, Dirección de Auditoría Interna, Dirección de Relaciones Institucionales, así como la Dirección de operaciones servicios y ventas de Publiespaña.

Cambios significativos y bases para incluir la información reportada

Como se ha comentado anteriormente, a finales del período cubierto por este Informe se ha producido la incorporación de Sogecuatro y filiales al Grupo Telecinco, así como la adquisición de un 22% del capital social de la compañía DTS Distribuidora de Televisión Digital SA (en adelante Digital +). La unión de las dos grandes cadenas de televisión requirió la validación de la Comisión Nacional de Competencia (CNC), por suponer una operación de concentración desde un punto de vista concurrencial; más teniendo en cuenta que Telecinco estaba adquiriendo el 22% de Digital+, principal operador de televisión de pago en España. La autorización definitiva por parte de la CNC se produjo el 10 de noviembre de 2010, y el 28 de diciembre se adquieren mediante aportación de capital no dineraria, el 100% de las acciones de Sogecuatro, así como el 22% de Digital+. Los cambios en el perímetro de consolidación se detallan en el apartado del Grupo Telecinco de este informe así como en las Cuentas Anuales.

La información contenida en este Informe se completa con la contenida en el Informe Anual de Gobierno Corporativo y las Cuentas Anuales.

Diálogo continuo

Telecinco fomenta la participación de los grupos de interés valorando sus comentarios, inquietudes y requerimientos de información. A tales efectos y para obtener feedback de los asuntos abordados en este Informe, u otros que consideren relevantes desde una perspectiva de sostenibilidad, cuenta con un canal de comunicación específico al cual pueden dirigirse:

Dirección General Corporativa
Carretera de Fuencarral a Alcobendas, 4
28049- Madrid
rc@telecinco.es

Carta del Presidente y los Consejeros Delegados

Alejandro Echevarría
Presidente

2010 ha supuesto el inicio de un nuevo capítulo en la historia del sector audiovisual español, un año en el que Telecinco ha sido quizás el principal protagonista ya que en abril cumplimos nuestro 20 aniversario y culminamos diciembre con una operación -la adquisición del 100% de Cuatro y el 22% de Digital +- que nos ha dado una posición de solidez nunca antes imaginada pero hoy posible por la impecable gestión de los últimos años.

En 2010 se ha vivido además el encendido digital y la consiguiente diáspora de nuevos canales y se hicieron efectivas normativas legales de gran calado suscritas en la Ley General de la Comunicación Audiovisual fundamentales para la supervivencia de buena parte del sector privado, como la retirada de la publicidad de la televisión pública -a cambio de su sufragio a través del 3% aportado por los operadores privados- lo que ha reordenado la gestión de la publicidad en televisión.

Por lo que respecta al ejercicio de la compañía, una vez más podemos decir que los números nos avalan: líderes en audiencia de las cadenas comerciales con un 14,6% de share anual, a casi 3 puntos del inmediato competidor; en facturación con 70,55 M€ de beneficio neto; y en rentabilidad, con un EBITDA del 26,7%. Son los parámetros por los que una compañía privada de televisión se rige y en los que hemos demostrado la efectividad con la que nuestros profesionales ejercen su desempeño en cada una de las áreas del negocio. Actualmente contamos con el mejor abanico de contenidos en los canales Telecinco, Cuatro, LaSiete, Factoría de Ficción, Boing y Divinity; establecemos efectivas sinergias con nuestros portales de internet telecinco.es, cuatro.com y divinity.es; y marcamos un sello identitario en la industria cinematográfica nacional e internacional a través la productora Telecinco Cinema.

En materia de gobierno y responsabilidad corporativos, nuestros renovados compromisos han dado sus frutos, ya que en 2010 el Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa nos ha situado por segundo año como primera compañía del IBEX en estos ámbitos de actuación y nos encontramos, además, entre las 100 empresas más sostenibles del mundo, según el ranking Global 100 Sustainable Performance Leader que elabora anualmente la consultora americana CDR Analytics.

Afortunadamente contamos con una posición privilegiada para afrontar 2011, fruto del esfuerzo y la excelencia en la gestión, y seguiremos trabajando con pleno empeño para dar la mejor oferta de contenidos a todo tipo de espectadores, transmitiendo la garantía de ser la ventana imprescindible para los anunciantes y manteniéndonos como compañía cotizada del sector media con mejor rendimiento para los accionistas. El nivel de exigencia que nos hemos puesto a nosotros mismos es muy alto, pero confiamos en la capacidad de nuestro equipo humano para seguir asumiendo nuevos retos que reafirmen nuestra posición de liderazgo.

Paolo Vasile
Consejero Delegado

El año 2010, a pesar de todo, ha sido un año de éxito. Y ha sido, fundamentalmente, un año de grandes cambios que, en todo caso, Telecinco ha sabido asimilar y aprovechar, demostrando una vez más su capacidad de adaptación.

Ha sido, efectivamente, un año de grandes cambios, comenzando por el apagón analógico y el lanzamiento de la nueva oferta digital; siguiendo por la modificación del nuevo marco regulatorio audiovisual y la consiguiente desaparición de la publicidad en TVE y finalizando con la integración de Cuatro y la adquisición del 22% de Digital +. Además, se cernía sobre la Televisión generalista la permanente amenaza de una presencia cada vez más preponderante en el uso de las nuevas tecnologías, fundamentalmente Internet.

Pues bien, comenzando por el final, el año 2010, lejos de dar respuesta a tan agoreras predicciones, ha vuelto a evidenciar la preferencia del público por la televisión como principal forma de entretenimiento, al haberse incrementado sustancialmente el consumo televisivo, remontando hasta cotas históricas.

2010 ha sido, como decíamos, un año de grandes apuestas y crecimiento estructural. Hemos adquirido Cuatro después de un proceso ejemplar bajo todos los puntos de vista, dando lugar a una operación corporativa sin precedentes en la historia de la televisión en España, que nos ha convertido en la más importante empresa audiovisual de nuestro país y en una de las más importantes de Europa. Esta operación ha supuesto, en la práctica, la conformación de la más grande y variada oferta televisiva en España, con una televisión generalista líder, un canal novedoso como Cuatro y dos ofertas específicas de ficción y entretenimiento, FDF y LaSiete; además de las nuevas incorporaciones, Boing y Divinity que la convertirán en protagonista del sector durante muchos años más.

La lucha por la audiencia no ha estado exenta de complejidades. La habitual agresividad de la contienda se ha visto amenizada por la presencia de un competidor reforzado, TVE, que ha tenido la posibilidad de afianzar sus programas con la ventaja que le ha supuesto liberarse de los cortes publicitarios. Este factor no ha afectado lo más mínimo a su presupuesto de compras, el más elevado con diferencia en todo el sector, financiado con fondos públicos y con la contribución de los operadores privados (3% de nuestros ingresos brutos).

Pero Telecinco ha vuelto a demostrar ser un experto pescador en aguas revueltas, pues ha sido, por segundo año consecutivo, la televisión comercial más vista del total día en todas las principales franjas horarias, donde su poder de atracción le ha permitido mantener su media hasta alcanzar el 14'6%, casi tres puntos por encima de su principal competidor, Antena3. Diferencias que se mantienen si atendemos al "target comercial".

Además, nuestra definitiva apuesta por los "canales digitales", en el mes de septiembre de 2009, ha generado sus frutos cuando debía, permitiéndonos concluir el año 2010 en una sólida posición. Así, si consideramos la audiencia por grupos, teniendo en cuenta, por tanto, la audiencia acumulada de todos los canales gestionados (Telecinco, LaSiete, FDF y Boing), la cuota de audiencia alcanzada (17'7%) marca una amplia diferencia de casi dos puntos con nuestro inmediato cometidor, afianzándonos de nuevo como grupo televisivo líder de la televisión comercial.

Este liderazgo alcanza asimismo a Internet, gracias al gran salto cuantitativo y cualitativo que hemos sido capaces de dar en el año 2010 y que continuará desprendiendo sus efectos a corto y medio plazo, corroborando de esta forma nuestro compromiso con las nuevas tecnologías.

Confiamos en poder seguir dando cumplimiento a nuestros compromisos durante el año 2011.

Giuseppe Tringali
Consejero Delegado

2010 ha sido un año decisivo para el sector audiovisual y, sobre todo, para el Grupo Publiespaña. Un año en el que hemos asistido a la eliminación definitiva de la publicidad en la televisión pública nacional con la satisfacción de comprobar que la inversión se ha mantenido en el medio televisivo, de la cual Telecinco ha obtenido más del 35%.

Este decisivo cambio ha llegado acompañado por dos de los acontecimientos más esperados por el sector en los últimos años: el encendido digital definitivo y la entrada en vigor de la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual. Una nueva legislación que ha introducido importantes modificaciones en materia publicitaria y que, como consecuencia, nos ha permitido reinventar nuestra oferta de iniciativas especiales creadas a la medida de nuestros clientes, adentrándonos a su vez en nuevas líneas de negocio para Publiespaña como el emplazamiento de producto, una nueva tipología que sin duda nos reportará grandes satisfacciones.

Ha sido en este exigente escenario, fuertemente marcado por la fragmentación de las audiencias, donde Telecinco ha logrado mantener su posición con un crecimiento constante y progresivo de sus ofertas temáticas LaSiete y Factoría de Ficción, a las que se ha sumado el lanzamiento de Boing, un nuevo canal infantil-juvenil. Esta riqueza de perfiles entre sí complementarios ha sido clave en nuestro crecimiento del 30,2% en facturación con respecto a 2009, con una cuota de mercado del 32,1%.

A esta cifra ha contribuido el acontecimiento deportivo más importante en España de los últimos años, la victoria de España en el Mundial de Fútbol de Sudáfrica, ofrecido por Telecinco. Una gesta de la que nos sentimos orgullosos y un enorme reto que Publiespaña ha rentabilizado publicitariamente con éxito.

También desde Publimedia Gestión hemos logrado mejorar nuestras cifras en sus principales líneas de negocio: televisión de pago, Internet y exterior digital, a las que se han sumado los nuevos soportes incorporados a finales de año: más de 20 canales de Digital + y su revista para abonados, así como la web de Cuatro.

Pero si hay un acontecimiento que en particular debamos recordar de este año, es la formación del primer grupo de comunicación audiovisual de España y uno de los más destacados de Europa a raíz de la integración de Cuatro y de la adquisición del 22% de Digital+ en el negocio de Telecinco. Una operación que no habría sido posible sin el marco legal que lo permite pero, sobre todo, sin la confianza de nuestros accionistas en este proyecto. Los buenos resultados de audiencia, facturación y gestión de los últimos años nos han avalado para que el cierre de la operación sea hoy una realidad.

Emprendemos así 2011 desde una nueva dimensión: disponemos de más canales, podemos ofrecer más y mejores perfiles, tenemos una oferta líder en la televisión en abierto, en el mercado del pago e Internet, disponemos de mayores recursos técnicos y, sobre todo, del mejor equipo humano. Una nueva dimensión que nos exige si cabe mayor responsabilidad hacia la compañía, hacia los accionistas y hacia el mercado. Somos conscientes que el éxito no es un regalo, sino una conquista de todos y de cada día.

Grupo Telecinco

El Grupo Telecinco está formado por un conjunto de empresas dedicadas al desarrollo de negocios vinculados con el sector audiovisual. La principal línea de actividad es la explotación del espacio publicitario de las cadenas de televisión que opera.

La Sociedad GESTEVISION TELECINCO, S.A. (en adelante Telecinco) fue constituida en Madrid el 10 de marzo de 1989, con domicilio social en la Carretera de Fuencarral a Alcobendas, nº 4, 28049 Madrid.

Telecinco tiene como objeto social la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión con arreglo a los términos de la concesión realizada por el Estado. La Sociedad ha realizado todas las inversiones precisas y cumplido con las normas aplicables para el inicio de emisiones digitales. Así mismo, ha llevado a cabo las gestiones administrativas necesarias para la transformación de su concesión en licencia para la prestación del servicio de comunicación audiovisual, con una vigencia de 15 años, prorrogables de forma automática por el mismo plazo, siempre que se cumplan los requisitos del artículo 28 de la Ley 7/2010, de 32 de marzo (Ley General de la Comunicación Audiovisual).

Tras el cese de las emisiones de televisión terrestre con tecnología analógica el 3 de abril de 2010 (el "Apagón Analógico") Telecinco tiene acceso a un múltiple digital de cobertura estatal, que amplía en un canal adicional, hasta un total de cuatro, los canales gestionados por la cadena.

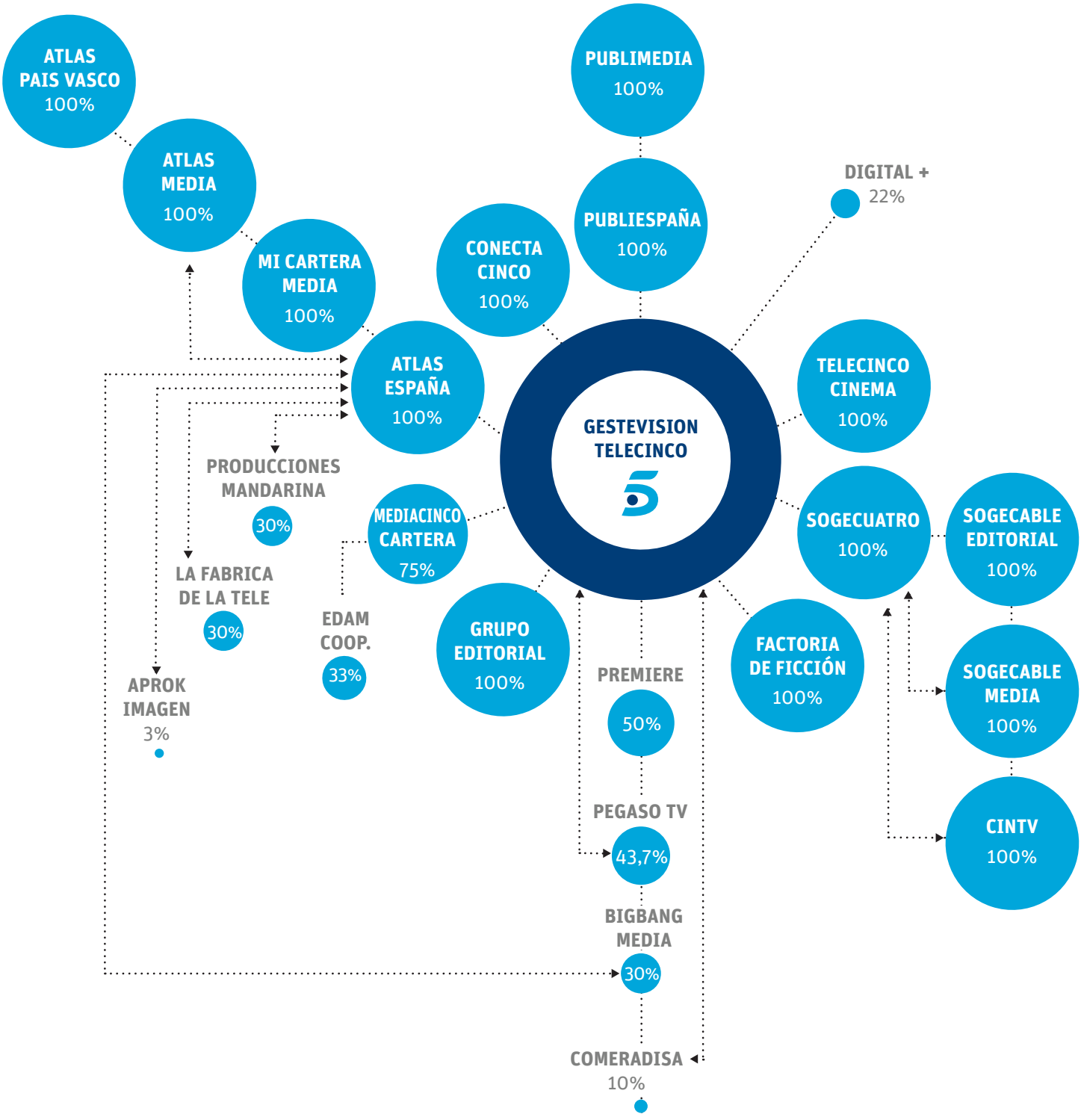
Telecinco es la cabecera de un grupo de sociedades que constituyen el Grupo Telecinco, empresas del sector audiovisual en España y otros países. Consecuentemente Telecinco está obligada a elaborar, además de sus propias Cuentas Anuales, Cuentas Anuales Consolidadas que incluyen así mismo las inversiones en sociedades asociadas.

Las principales sociedades del grupo son aquellas en las que la participación, directa o indirecta, en el capital social es superior al 50% y sobre las que puede ejercerse el control efectivo. El siguiente cuadro muestra una imagen general de las actividades principales del Grupo.

Grupo Telecinco

Su principal actividad es la explotación del espacio publicitario de las cadenas de televisión que opera (Telecinco, Siete, Factoria de Ficción y Boing).

SOCIEDADES INTEGRADAS



EMPRESAS DEPENDIENTES Y % DE PARTICIPACIÓN	ACTIVIDAD PRINCIPAL
Conecta 5 (100%)	Explotación de contenido audiovisuales en internet y desarrollo de la oferta multimedia de la cadena a través de la red.
Atlas España (100%)	Agencia de noticias multimedia que ofrece contenidos en video, audio, fotografía y todo tipo de soportes, desde televisión convencional a internet. Participa a su vez en tres empresas: ▪ **Atlas Media SAU**, centrada en la oferta audiovisual de la Agencia. ▪ **Agencia de Televisión Latino-Americana de Servicios y Noticias País Vasco SAU**, dedicada a tareas periodísticas. ▪ **MiCartera Media SAU**, que desarrolla formatos y contenidos de naturaleza económica-financiera.
MediaCinco Cartera (75%)	Servicios de administración, gestión y asesoramiento e inversiones en valores o activos de carácter mobiliario.
Grupo Editorial (100%)	Actividades complementarias a la explotación televisiva (adquisición y explotación de derechos, representación artística, promoción de espectáculos, etc).
Telecinco Cinema (100%)	Producción cinematográfica y prestación de servicios de difusión de televisión e intermediación en mercados de derechos audiovisuales.
Publiespaña (100%)	Explotación del espacio publicitario de las cadenas de televisión del Grupo Telecinco. Integrada por: ▪ **Publimedia Gestión SAU** Comercialización de oferta publicitaria en todo tipo de medios (TV, radio, prensa e internet)
Factoría de Ficción (100%)	La producción y distribución de programas y productos audiovisuales de toda clase y en cualquier soporte técnico, propios o de terceros, y muy especialmente de programas de televisión, así como su estructura y/o integración total o parcial en canales televisivos.
Sogecuatro (100%)	Gestiona de forma indirecta el servicio público de televisión, con arreglo a los términos de la concesión administrativa de la que es titular. Participa en las siguientes empresas: ▪ **Compañía Independiente de Noticias de Televisión, SLU**, dedicada a la producción, distribución y comercialización de un canal de noticias de televisión en cualquiera de las lenguas oficiales en España. ▪ **Sogecable Media, S.L.U.** gestiona la comercialización publicitaria de los soportes audiovisuales de la cadena CUATRO, los canales temáticos de Sogecable en DIGITAL+ y la REVISTA DIGITAL+. ▪ **Sogecable Editorial, S.L.U.** El objeto social incluye, entre otras, actividades complementarias de la explotación de un canal de televisión (como son la adquisición y explotación de derechos, tanto de fonogramas como grabaciones audiovisuales, la representación artística, la promoción de espectáculos y la edición, producción, distribución y comercialización de publicaciones y material gráfico).

Cambios en el perímetro de consolidación en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2010

Empresa	Sentido del cambio
Sociedad General de Televisión Cuatro, SAU (Sogecuatro)	Se adquieren mediante una aportación de capital no dineraria (el 17,34% del capital social de Telecinco) el 100% de las acciones de Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A.U., sociedad que además posee las siguientes sociedades: ▪ Compañía Independiente de Noticias de Televisión,SLU ▪ Sogecable Media, S.L.U. ▪ Sogecable Editorial, S.L.U.
DTS, Distribuidora de Televisión Digital SAU	Se adquiere una participación del 22% en DTS, Distribuidora de Televisión Digital, SAU, que incluye el negocio de televisión de pago del Grupo Sogecable, por un importe de 487.988 miles de euros.
Producciones Mandarina SL	Durante el primer trimestre de 2010 se produjo un incremento temporal en la participación en la sociedad Producciones Mandarina, S.L. para incorporar a un nuevo socio. En ese mismo periodo, Telecinco alcanzó su participación en dicha compañía, un 30%
Advanced Media SAU	Disolución y liquidación de Advanced Media, S.A.U. participada al 100% por Publiespaña, S.A.U.
Publieci Televisión SA	Venta del 50% de la participación de Publiespaña S.A.U. en la sociedad, con un valor de venta de 185 miles de euros, equivalente al valor del patrimonio neto de la sociedad en la fecha de la transacción.

A continuación se detallan las Sociedades asociadas, entendidas como aquellas entidades sobre las que Telecinco tiene capacidad para ejercer una influencia significativa (lo que presupone una participación de, al menos, el 20%) sin control directo ni control conjunto.

Participación directa a través de Telecinco

Sociedad	2010	2009	Actividad
Premiere Megaplex, S.A. C/ Enrique Jardiel Poncela, 4 28016 Madrid	50%	50%	Explotación de salas cinematográficas
Pegaso Televisión Inc. 1401 Brickell Avenue –Ste 500 Miami, Florida	43,7%	35%	Sociedad a través de la cual se canaliza la inversión en Caribevisión Network, un canal de televisión de habla hispana que emite en la costa este de Estados Unidos y en Puerto Rico
Bigbang Media, S.L. C/ Almagro,3 28010 Madrid	30%	30%	Producción y distribución de programas y productos audiovisuales de toda clase y en cualquier soporte técnico
DTS, Distribuidora de Televisión Digital, S.A. (*) Avda de los Artesanos, 6 28760 Tres Cantos, Madrid	22%	-	La implantación, desarrollo y comercialización de una plataforma digital para la prestación de servicios de difusión de televisión digital codificada de pago por satélite y otros.

(*) Integrada por primera vez el 31/12/2010

Participación indirecta a través de Agencia de Televisión Latino-Americana de Servicios y Noticias España, S.A.U.

Sociedad	2010	2009	Actividad
Aprok Imagen S.L. C/ Martínez Corrochano, 3 28007 Madrid	3%	3%	Agencia de noticias
Producciones Mandarina, S.L. C/ María Tubau, 3 28050 Madrid	30%	27%	Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación comercial
La Fábrica de la Tele, S.L. C/ Angel Gavinet, 18 28007 Madrid	30%	30%	Creación y desarrollo de contenidos audiovisuales, así como su producción y explotación comercial

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

Sociedad	2010	2009	Actividad
Publieci Televisión, S.A. C/ Hermosilla, 112 28009 Madrid	-	50%	Venta de productos y servicios dirigidos al consumidor final
Publimedia Gestión SAU Carretera de Fuencarral a Alcobendas 4 28049 Madrid	100%	100%	Comercialización de oferta publicitaria en todo tipo de medios

Participación indirecta a través de Mediacinco Cartera, S.L.

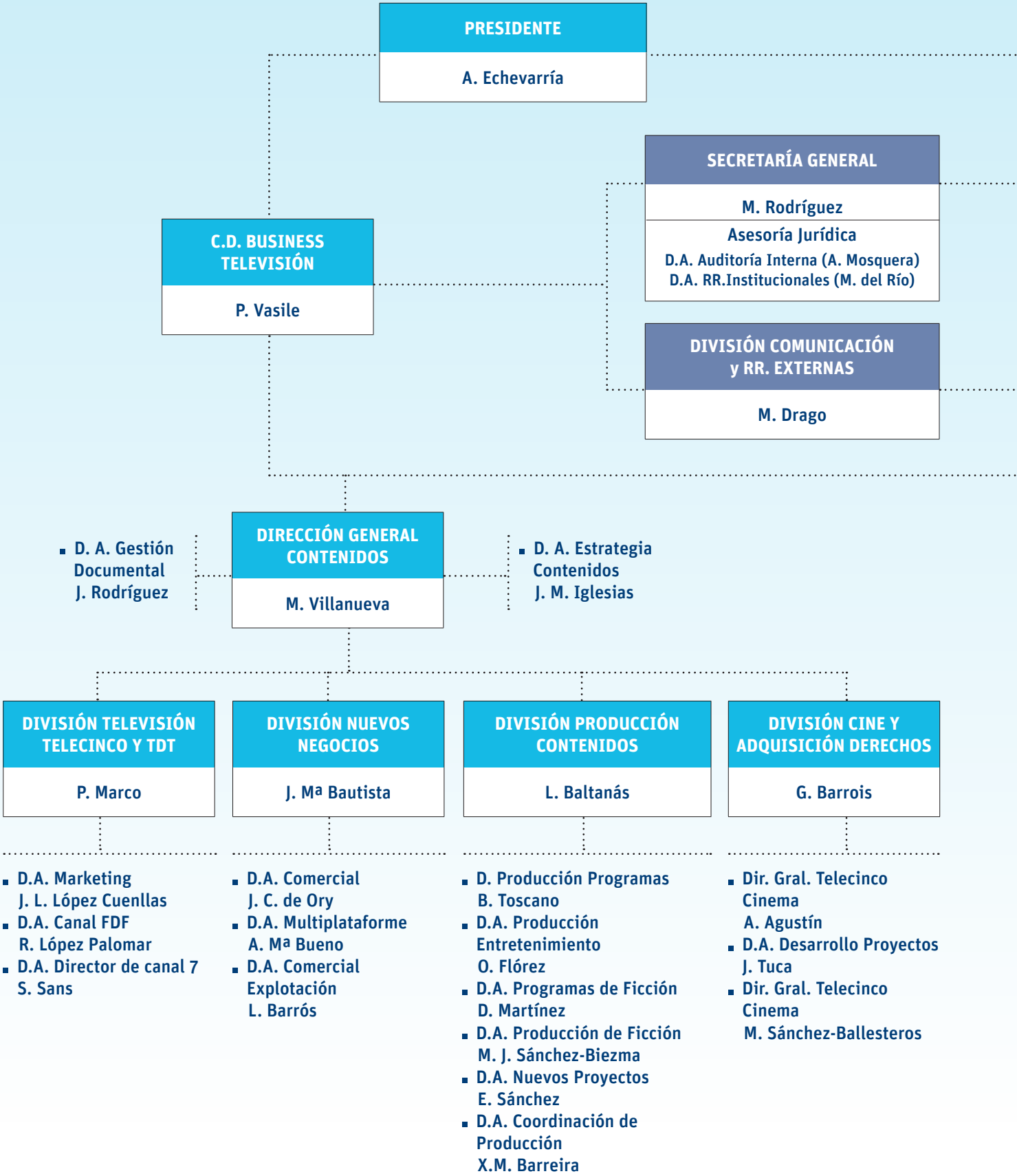
Sociedad	2010	2009	Actividad
Edam Acquisition Holding I Coöperatief U.A. Flevolaan 41 a 1411 KC Naarden, Ámsterdam	33%	33%	Sociedad Holding que detenta la inversión en el Grupo Endemol, grupo dedicado a la producción y explotación de contenidos para televisión y otras plataformas audiovisuales

Ninguna de las anteriores Sociedades cotiza en bolsa.

En cada caso, la Sociedad dominante ha efectuado las comunicaciones correspondientes a las sociedades participadas, según lo establecido en la Ley de Sociedades de Capital y no existe ningún compromiso por el que se pueda incurrir en contingencias respecto a dichas empresas.

Nota: Las denominaciones sociales de las compañías son las siguientes: Gestevisión Telecinco, S.A. (en adelante Telecinco); Grupo Editorial Tele5, SAU (en adelante Grupo Editorial); Agencia de Televisión Latino-Americana de Servicios y Noticias España, SAU (Atlas España); Telecinco Cinema, SAU (en adelante Telecinco Cinema); Mediacinco Cartera S.L.(en adelante Mediacinco Cartera); Conecta 5 Telecinco, SAU (en adelante Conecta 5); Publiespaña, SAU (en adelante Publiespaña); Publimedia Gestión SAU (en adelante Publimedia Gestión)

ORGANIGRAMA DE TELECINCO



C.D. BUSINESS PUBLICIDAD
G. Tringali

DIRECCIÓN GENERAL GESTIÓN Y OPERACIONES
M. Musolino

- Dir. Adjunto Dir. Gral.
  D. Quintana
- D.A. Relación con Inversores
  L. A. Giammatteo
- D.A. Mediacinco Cartera
  J. A. Moreno

DIVISIÓN TECNOLOGÍAS
E. Fernández

- D.A. Estudios e Infraestructuras
  M. García Sagospe
- D.A. Ingeniería Mto. de Sistemas
  M. Caldés
- D.A. Edición, Grafismo y SS. AA.
  J. L. Díaz Dávila
- D.A. Desarrollo informático
  J. Martín

DIVISIÓN RR. HH. Y SERVICIOS
L. Expósito

- D.A. RR.LL. y Compensación
  F. Piñera
- D.A. Compras y SS. GG.
  M. Montiel

DIVISIÓN ECONÓMICO FINANCIERO
J. Uría

- D. Coordinación Adva y Proyectos Especiales
  A. Santamaría
- D.A. Control de Gestión
  F. J. Ascorve
- D.A. Admon. Grupo Telecinco
  F. Sanz
- D.A. Admon. Grupo Publiespaña
  A. Suárez
- D.A. Consolidación, Reporting y Participadas
  T. Reyes

Valor económico

Principales indicadores de desempeño

DIMENSION ECONOMICA	2010
Ingresos totales netos (miles de euros)	855.061
Resultado de explotación (miles de euros)	219.441
Resultado/ Ingresos netos	25,7%
Resultado EBITDA ajustado (miles de euros)	228.070
Resultado EBITDA ajustado/ Ingresos netos	26,7%
Beneficio neto [1] (miles de euros)	70.545
Posición financiera neta (miles de euros)	28.051
Impuesto pagados en origen (miles de euros)	25.190
Ayudas económicas recibidas de gobiernos [2] (euros)	3.760.627
Donaciones a la comunidad [3] (euros)	269.765
Productoras que generan contenidos	30
Programas generados	93
Contratos de adquisición de producción ajena	35
Inversión en producción ajena [4] (millones de euros)	66,1
Inversión en Producción de Ficción [4] (millones de euros)	53,6
Inversión en Coproducción [4] (millones de euros)	25,2
Inversión Técnica [4] (millones de euros)	10,1
Ratio de eficiencia publicitaria [5]	181
Cuota media de pantalla	18,30%
Número de anunciantes [6]	620
Número de accesos a web [7]	284.074.939
Media de usuarios diarios de web [7]	520.379

1. A distribuir a los accionistas de la Sociedad Dominante
2. Corresponde a las ayudas recibidas para la actividad de coproducción cinematográfica
3. Alcance: Telecinco, Publiespaña y Atlas España
4. Datos no auditados
5. Ratio de Eficacia publicitaria realizado por "INFOADEX" para todas las cadenas del Grupo Telecinco
6. Número de Anunciantes de todas las cadenas del Grupo Telecinco
7. Fuente: Oficina de la Justificación de la Difusión (OJD)

DIMENSION SOCIAL	2010
Horas de programación	8.760
Programación con contenido social (número de emisiones)	356
Cesión de espacios publicitarios en apoyo a causas sociales (euros)	483.400
Número de empleados (media del año)	1.104
Inversión en formación (euros)	248.992
Horas de formación por empleado [8]	10,53
Acciones formativas en habilidades	21
Acciones formativas transversales	36
Empleados con evaluación de desempeño	24%

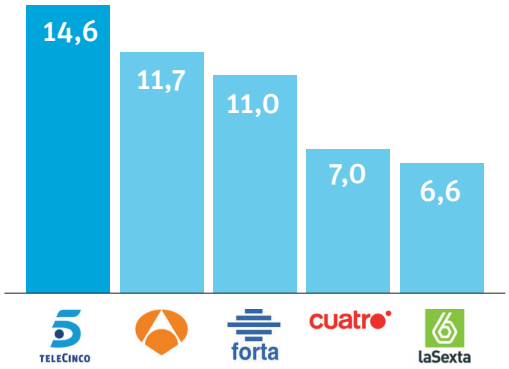
DIMENSION AMBIENTAL	2010
Consumo de papel (kg)	22.806
Consumo de tóners y cartuchos de impresión (unidades)	653
Consumo de pilas/baterías (kg)	2.543
Residuos generados (kg)	129.367
Consumo de agua (m^3)	27.011
Consumo de electricidad (kWh)	16.558.509
Consumo de gasóleo (litros)	1.750
Consumo de propano (kg)	12.425
Consumo de gas natural (MWh)	408
Emisiones de GEI (Tn)	8.475,7

8. Sólo se han considerado las horas de formación de la plantilla (no se consideró la formacion recibida por los trabajadores contratados mediante ETTs)

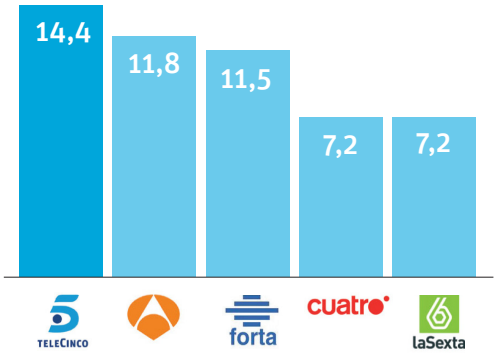
EL NEGOCIO AUDIOVISUAL

Telecinco ha cerrado el año de su 20º aniversario con un sólido liderazgo de audiencia en la televisión comercial y ha iniciado una nueva era al conformar el primer grupo de comunicación audiovisual de España y uno de los más destacados de Europa tras la integración de Cuatro y la adquisición del 22% de Digital +.

Total día 2010



Prime Time 2010



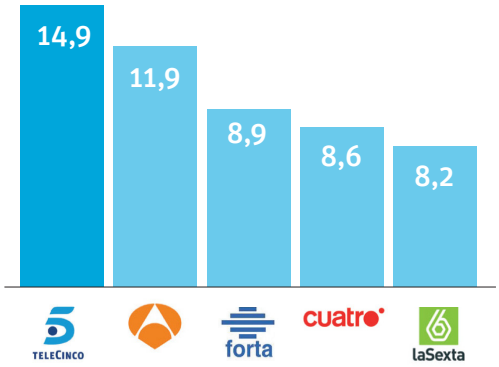
Con un 14,6% de share en total día, se ha colocado un año más como la primera oferta televisiva entre los operadores comerciales, superando en 2,9 puntos a su inmediato competidor, Antena 3, que ha registrado la mayor caída de todas las televisiones con respecto a 2009 (-3 puntos) hasta situarse en un 11,7% de cuota. Telecinco, por su parte, se ha convertido en la cadena comercial con mayor resistencia a la fragmentación, cediendo tan sólo cinco décimas sobre el año anterior.

La cadena ha concluido este año de transición marcado por el fin de la publicidad en TVE, la implantación definitiva de la TDT en España y el cierre de la operación con el grupo Prisa, y ha emprendido su andadura en el nuevo escenario con una posición única fruto de su modelo de gestión y su fortaleza de contenidos en todas las franjas de emisión que estructuran la parrilla.

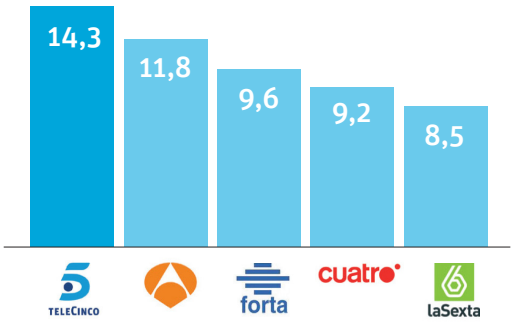
Tanto es así, que Telecinco se ha impuesto a la segunda televisión comercial en todas esas franjas, destacando la distancia establecida en la de mayor consumo televisivo, el prime time, donde ha obtenido un 14,4% de *share*, 2,9 puntos más que Antena 3 (peor registro histórico con un 11,8% de cuota).

De igual forma, la cadena ha cumplido siete años como referente del target comercial en la televisión de nuestro país. **Un 14,9% de cuota en el total día, que en horario estelar se ha situado en el 14,3% han confirmado** a la cadena como la televisión con mayor atractivo publicitario ante el anunciante, con un elevado diferencial respecto a su inmediato competidor.

Target Comercial 2010 Total Día



Target Comercial 2010 Prime Time



La ficción de Telecinco, referente de la industria audiovisual en España

Pasiones que enganchan, situaciones que desternillan, vidas que emocionan, casos que inquietan e historias que enternecen son algunas de las emociones que durante 2010 ha despertado la oferta de ficción de Telecinco, un sello que se erige como referente de la industria audiovisual nacional tras congregar las series de humor más exitosas del año -"Aída" y "La que se avecina"- estrenar una de las apuestas con más seguidores -"Tierra de Lobos"- ofrecer la serie más longeva en España -"Hospital Central"- y coronar el ranking de series de producción ajena con la saga "C.S.I.".

Un amor imposible, secretos inconfesables al descubierto, aventura y traiciones son los ingredientes que este año han consolidado el estreno de "Tierra de Lobos" entre las series de mayor éxito. El capítulo final de su primera temporada alcanzó su récord histórico en share y número de seguidores con una media de 3.358.000 espectadores y un 18% de cuota de pantalla. La serie, que fue ganando adeptos de forma progresiva hasta acumular una media del 15,8% de share y 2.828.000 seguidores, ha calado con fuerza en Internet y las redes sociales, donde en Facebook ha superado los 32.000 fans.

El humor ha sido otra de las armas con las que Telecinco ha seducido a la audiencia a lo largo de este año, que ha vuelto a depositar su confianza e interés por las desventuras de los vecinos de los dos barrios televisivos más frecuentados: *Esperanza Sur y Montepinar*¸ lugares de residencia de los protagonistas de "Aída" -la comedia más vista en España con una media de 3.181.000 telespectadores y el 17,2% de *share* en 2010- y "La que se avecina", ante cuyo surrealismo se han rendido este año una media de 2.239.000 seguidores y un 15,2% de *share*.

Junto a ellas, la cadena ha mantenido el liderazgo comercial en la noche de los lunes con las entregas de "C.S.I. Las Vegas", "C.S.I. Miami" y "C.S.I. Nueva York", cuyos registros cercanos a los tres millones de fieles han revalidado a la saga de forenses como las series extranjeras de mayor éxito en España durante 2010.

Además de su oferta semanal, Telecinco ha destacado en el área de ficción con la emisión de las tv movies más vistas del año: "Felipe y Letizia", convertida en la de mayor audiencia de la historia de la cadena con una media en sus dos entregas de 4.637.000 espectadores y un 22,6% de share; "La Duquesa", segunda en el ranking con una media de 4.186.000 espectadores y 22,1% de cuota de pantalla; "El pacto", tercera en la tabla con una media de 3.769.000 espectadores y una cuota de pantalla del 20,2% y "Alfonso, el príncipe maldito", con 2.897.000 seguidores y un 17,3% de share.

Los realities y la producción propia de Telecinco, oferta estrella del prime time

Los realities y programas de producción propia más seguidos la televisión -"Gran Hermano", "Supervivientes", "MQB: más que baile" y "Las joyas de la corona"-; y espacios del corazón y crónica social como "Sálvame Deluxe" y "La Noria" han constituido junto a las series de ficción y las tv movies, la oferta con mayor acogida entre los espectadores en el horario de máxima audiencia de todas las cadenas comerciales.

En el género de la *telerrealidad*, Telecinco ha vuelto a imponer su sello con una nueva edición de su máximo exponente en España, el concurso "Gran Hermano", un formato en constante evolución dentro de la cadena que en 2010 ha estrenado con excelente acogida su duodécima entrega, cuyas galas semanales acumulan una media cercana al 20% de share y los tres millones de seguidores.

El concurso presentado por Mercedes Milá ha recogido a su vez el relevo de "Supervivientes", cuyas duras condiciones de la isla a las que se han enfrentado sus concursantes en esta edición conducida por Jesús Vázquez han logrado cautivar a una media de 2.367.000 seguidores y un 17,5% de la cuota de pantalla.

Junto a éstos, Telecinco ha incorporado a su oferta "MQB: Más que baile", una nueva propuesta con Pilar Rubio al frente del que supuso su primer proyecto en Telecinco, donde ha acumulado un seguimiento medio del 17,6% de *share* y 2.878.000 espectadores.

Durante el fin de semana, Telecinco ha sostenido el liderazgo nocturno de viernes y sábados con dos de sus programas de actualidad: "Sálvame Deluxe", que en 2010 se ha consolidado como la oferta estrella con una media del 15,1% de share y 1.700.000 espectadores, y "La Noria", que ha mantenido el liderazgo de su franja cada sábado con una audiencia media de 1.757.000 espectadores y un 15,7% de cuota.

Líder también pasada la medianoche

La oferta de programas de producción propia y los espacios de debate que dan continuidad a las galas de algunos de los realities a lo largo de la semana han consolidado la oferta nocturna de Telecinco también pasada la medianoche, donde la cadena ha obtenido un 19% de la cuota de pantalla.

En 2010 Telecinco ha estrenado los espacios en directo "Resistiré, ¿vale?" (17,7%) y "Enemigos íntimos" (15,5%), incorporando a su plantel de presentadores a Tania Llasera y Santi Acosta como conductores de cada uno de ellos. Junto a éstos, Telecinco ha introducido en España "Más allá de la vida" (15,9%), uno de los formatos más innovadores de la televisión a nivel mundial con Jordi González como conductor en el que la médium británica Anne Germain supuestamente entrega a los invitados mensajes de personas de su entorno ya fallecidas.

Estas nuevas apuestas han convivido en el late night con los debates dominicales ofrecidos por Telecinco en torno a los principales realities de la cadena en 2010, que han vuelto a contar con el beneplácito del público tanto en el caso de "Gran Hermano" (20,5%) como en el de "Supervivientes" (14,9%).

Una programación viva y cercana al espectador durante todo el día

Los espectadores han acudido mayoritariamente a las citas propuestas por Telecinco en la mañana, la sobremesa y la tarde, franjas en las que ha vuelto a destacar como referente de una programación viva, flexible y cercana al espectador.

La cadena ha contado un año más entre sus filas con la líder indiscutible de las mañanas, la periodista Ana Rosa Quintana al frente de "El Programa de Ana Rosa", el *magazine* matinal más visto de la televisión con una media del 17,4% de *share*. Tras él, "Mujeres y hombres y viceversa", presentado por Emma García, ha mantenido más viva que nun-

ca la llama del amor que de lunes a viernes ansían encontrar sus concursantes ante casi un millón de espectadores y un 16,8% de cuota de pantalla. Cifras similares (14,6% y 1.678.000) ha alcanzado "De buena ley", cuyos debates moderados por Sandra Barneda y los veredictos dictados por distintos letrados han llevado al programa a consolidarse en su franja de emisión.

La solidez de Telecinco en la tarde se ha apoyado sobre dos sólidos pilares: "Sálvame Diario", el programa presentado por Jorge Javier Vázquez convertido en el mayor referente de la televisión entre los espacios de crónica rosa con una media de dos millones de espectadores y el 17,4% de *share*; y "Pasapalabra", que ha revalidado en 2010 su título de concurso más visto de la televisión en España, con una media del 17,2% de cuota y 2.044.000 seguidores. Su presentador, Christian Gálvez, ha obtenido el Premio Protagonistas y el Premio Ondas al Mejor Presentador de Televisión.

Por lo que respecta al fin de semana, dos han sido las nuevas apuestas de Telecinco: "Vuélveme loca" en la franja matinal, con Patricia Pérez y Celia Montalbán, y "Qué tiempo tan feliz", programa presentado por María Teresa Campos que desde noviembre ha ampliado su presencia en la parrilla en sábados y domingos.

La actualidad elige Informativos Telecinco

La independencia, el rigor y la cercanía con que el equipo encabezado por Pedro Piqueras ha trasladado al espectador los asuntos de actualidad han sido claves para que Informativos Telecinco haya alcanzado el liderazgo de audiencia entre las televisiones comerciales en la media de sus tres entregas diarias de lunes a viernes.

Por ediciones, la cita diaria de *prime time* conducida por Piqueras y J.J. Santos (13,7% y 1.980.000), se ha impuesto en 1,3 puntos a la oferta informativa del horario estelar de Antena 3 (y por supuesto del resto de ofertas de las cadenas comerciales), mientras que Informativos Telecinco 15:00 horas, que este año se ha reforzado con la incorporación de David Cantero junto a Marta Fernández y Sara Carbonero, ha obtenido un seguimiento medio de lunes a viernes de 1.894.000 espectadores y un 14,5% de cuota, recortando distancia sobre su inmediato competidor.

Por lo que respecta a Informativos Telecinco Matinal, presentado en 2010 por Hilario Pino y Daniel Gómez (10,1% y 140.000), también se ha convertido en la edición informativa de primera hora del día más vista entre las televisiones comerciales. José Ribagorda y Carme Chaparro, por su parte, han encabezado las ediciones de Fin de Semana.

Estos resultados han sido posibles gracias al esfuerzo de todos y cada uno de los profesionales que componen la redacción de Informativos Telecinco, un equipo siempre atento a la noticia que durante este año ha informado de los acontecimientos que han tenido lugar dentro y fuera de nuestras fronteras, ofreciendo coberturas especiales de importantes sucesos a nivel mundial como el terremoto de Haití, una gran catástrofe natural ante la cual Telecinco desplazó a dos equipos de reporteros encabezados por el propio Pedro Piqueras.

El vertido de petróleo en el Golfo de México, la erupción del volcán islandés y sus consecuencias sobre el espacio aéreo mundial, el rescate de los mineros chilenos o las filtraciones de Wikileaks han sido otras de las noticias internacionales ofrecidas por Informativos Telecinco, todo ello sin perder el pulso a la actualidad nacional, marcada por la convocatoria de una huelga general, tras la cual el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, eligió el plató de Informativos Telecinco para comparecer ante los espectadores en una entrevista con Pedro Piqueras.

El interés de la cadena por los asuntos sociales que tanto interesan en los tiempos que corren le ha llevado a buscar respuestas no sólo en noticias puntuales, sino que el equipo de "Reporteros" ha tratado a fondo temas de gran calado en reportajes exclusivos, que un año más han mostrado su cercanía y sintonía con los espectadores.

Todo ello bajo la sinergia de Telecinco entre televisión e Internet, donde a través de www.informativostelecinco.com la cadena ha ofrecido a diario, en directo y de forma simultánea a su emisión en pantalla, todas las ediciones de Informativos Telecinco, así como retransmisiones especiales en directo como los partidos de la Selección Española durante el Mundial de Fútbol, los encuentros de la UEFA Europa League, la gala de entrega del Balón de Oro o la lectura de las nominaciones a los Globos de Oro, entre otras. La tecnología empleada por la web de la cadena, que incluye un visor de alta calidad a pantalla completa, ha permitido a sus usuarios parar la imagen, volver a ver las jugadas más decisivas sin abandonar la página de visualización, acceder a los datos estadísticos del partido e incluir sus comentarios a través de Facebook, Twitter y MSN Messenger.

Campeonato del Mundo de Fútbol: España gana en Telecinco

Mención aparte merecen las retransmisiones deportivas llevadas a cabo por Informativos Telecinco durante 2010, un año en el que el equipo de Deportes ha pasado a la historia junto a la Selección Española de Fútbol. Y es que el 11 de julio de 2010 es algo más que una fecha para toda la afición, es el día en que España se proclamó campeona del mundo, y lo hizo en Telecinco. Cuatro minutos antes de la media noche de aquel día se producía el gol de Iniesta. España tocaba el cielo y con ella lo hacían los 14.582.000 espectadores (el 80,3% de share) que siguieron en la cadena el final de una prórroga épica ante Holanda que se ha convertido hasta el momento en la retransmisión más vista en la historia de la televisión en España. Pero no sólo los encuentros, cuya media se situó en 10.712.000 espectadores y un 66,2% de share marcaron un hito en Telecinco, sino que los espacios que el equipo de Deportes de Informativos Telecinco ofreció antes y después de cada partido acumularon 2.948.000 seguidores y un 26,8% de cuota (los Previos) y 6.458.000 espectadores y 40,4% de *share* (los Post).

Y mientras España cumplía el sueño de levantar la Copa del Mundo, el medio centenar de profesionales de Telecinco desplazados a Sudáfrica, junto al resto del equipo de Deportes de la redacción, culminaban dos meses de duro esfuerzo con la enorme satisfacción del trabajo bien hecho, el trabajo de un equipo compuesto por J.J. Santos, Sara Carbonero, Ramón Fuentes, Paco González, José Antonio Camacho y Guillermo Amor como rostros visibles, con el cual se volcó toda la cadena con la profesionalidad y la pasión con que Telecinco envuelve todos y cada uno de los eventos que ofrece.

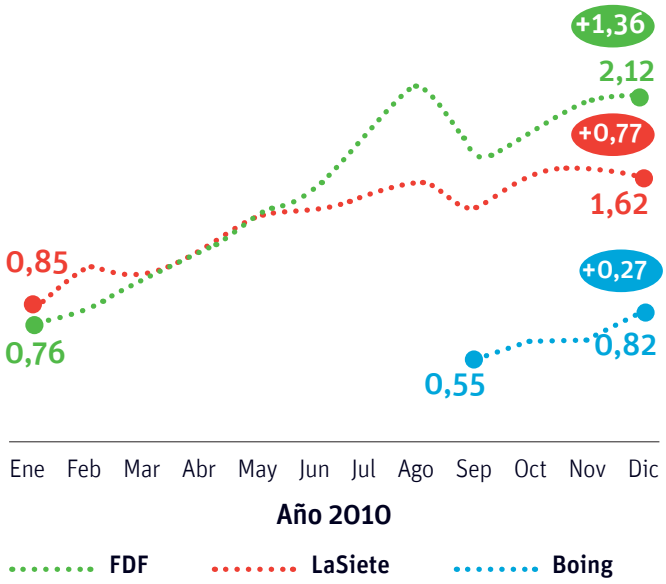
Tras la victoria del Mundial, la cadena ha retransmitido dos partidos de clasificación de la Roja para la próxima Eurocopa, cosechando una media de 5.500.000 seguidores y un 34,8% de *share*. Además, Telecinco ha emitido en 2010 la versión renovada de la antigua Copa de la UEFA, llamada UEFA Europa League, con un registro medio de 3.285.000 seguidores y un 20,2% de share. La prórroga de la final Atlético de Madrid-Fulham, con un 43,8% de cuota y más de 9 millones de espectadores, se saldó igualmente con la victoria del equipo español, convirtiéndose en la tercera emisión más vista de Telecinco desde 2001.

LaSiete, Factoría de Ficción, Boing, cuatro y Gran Hermano 24 horas: una oferta multicanal única en el sector

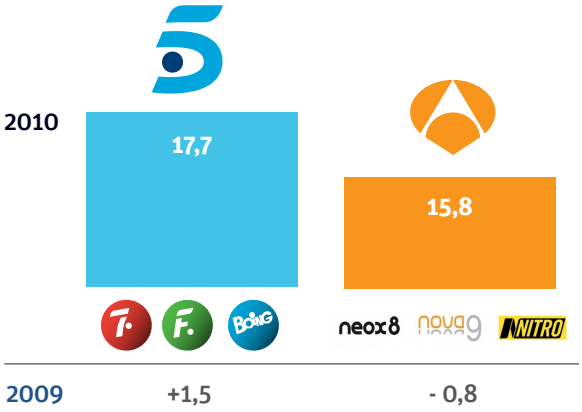
2010, año de la definitiva implantación en España de la Televisión Digital Terrestre, ha supuesto el despegue definitivo de la oferta multicanal de Telecinco, un conjunto de canales compuesto inicialmente por Factoría de Ficción y LaSiete que durante este año se ha visto reforzada con el nacimiento de Boing y con la reciente incorporación de Cuatro a finales de ejercicio, así como del Canal Gran Hermano 24 horas, cuya emisión se encuentra ligada a la duración de la presente edición del concurso, tras la cual Telecinco lanzará una nueva propuesta televisiva.

Con el objetivo de llegar a públicos lo más heterogéneos posibles en los distintos targets, el grupo de canales que en 2010 ha compuesto la **"familia Telecinco"** ha ofrecido contenidos adecuados a cada uno de los perfiles, abriendo a espectadores y anunciantes un abanico de posibilidades sin parangón en el sector audiovisual: Telecinco como canal generalista dirigido al gran público; **Factoría de Ficción** como canal de series por excelencia; **LaSiete** como ventana de acceso al mejor contenido de Telecinco y Cuatro y **Boing**, dirigido al público infantil y juvenil.

El esfuerzo en promoción y contenidos ha dado sus frutos, ya que en apenas cuatro meses Boing ha llegado al 0,82% de la cuota de pantalla, Factoría de Ficción ha cerrado el último mes del año en un 2,12% de share y LaSiete en un 1,62%, doblando ambos con creces sus registros del mismo mes del año anterior.



Como resultado, Boing, LaSiete y Factoría de Ficción han aportado en su conjunto más de 3 puntos a **la oferta multicanal de Telecinco, que ha cerrado 2010 como la más vista de las televisiones comerciales con un 17,7% de cuota**, 1,5 puntos más que el año anterior y 1,9 puntos sobre el conjunto de canales de Antena 3.



Factoría de Ficción, canal temático líder del prime time

Con las características de un canal de pago pero en la modalidad *free* tv, se ha concebido este canal en el que la calidad de su oferta, un compendio de las series nacionales más exitosas de los últimos tiempos, las ficciones internacionales más aclamadas y escogidos títulos cinematográficos, ha permitido a Factoría de Ficción alcanzar el liderazgo del horario estelar entre todas las televisiones temáticas durante el último trimestre del año.

El grupo de canales que en 2010 ha compuesto la "**familia Telecinco**" ha ofrecido contenidos adecuados a cada uno de los perfiles, abriendo a espectadores y anunciantes un abanico de posibilidades sin parangón en el sector audiovisual.

El canal de series de Telecinco ha incorporado a su parrilla a lo largo de 2010 importantes novedades, potenciando de forma notable sus títulos de producción ajena con la emisión de series emblemáticas y de contrastado éxito dentro y fuera de nuestras fronteras, entre las que se encuentran la saga "C.S.I.", "Life", "Mentes criminales" y "Crossing Jordan".

Entre las incorporaciones, en 2010 han destacado tres ficciones hospitalarias: la mítica "Urgencias", protagonizada por George Clooney y galardonada en su historia con 23 Premios Emmy, un Globo de Oro, 3 Premios del sindicato de Actores de EE.UU. y 8 People's Choice Awards, entre otros; "Mercy" y "Trauma". Los títulos de acción se han reforzado, a su vez, con el estreno de "Las reglas del juego", serie protagonizada por el oscarizado Timothy Hutton.

La oferta de Factoría de Ficción también se ha consolidado entre el público juvenil con la incorporación de las comedias "Monk" y "Las aventuras de Christine". Todas estas ficciones extranjeras han convivido durante 2010 con series nacionales de Telecinco que han obtenido una excelente acogida en Factoría de Ficción: "La que se avecina", "Aída" y "Tierra de Lobos", entre otras.

- **LaSiete, cadena joven que ofrece una ventana a los contenidos más exitosos de Telecinco y Cuatro**

Programas de entretenimiento, *realities*, ficciones de corte juvenil, espacios de humor, deporte y reportajes son los contenidos que ha conjugado LaSiete durante 2010, consolidándose como una opción destinada a un público joven que encuentra en la cadena una ventana a la que asomarse a los contenidos más demandados de Telecinco y, desde el pasado 1 de enero, también de Cuatro.

Entre las novedades, LaSiete ha incorporado a su oferta un compendio de series de corte juvenil, nacionales y extranjeras, repartidas a lo largo de la semana en distintas franjas horarias. "Sensación de vivir: la nueva generación", *spin off* de la exitosa ficción de los 90, "Rebelde", "Camaleones", "Mujeres de Manhattan", "Alias" y "La leyenda del buscador".

A nivel nacional, LaSiete ha emitido este año "La pecera de Eva", serie de gran originalidad en su factura protagonizada por Alexandra Jiménez que muestra los problemas a los que se enfrentan los estudiantes de un instituto desde el punto de vista de la psicóloga del centro. La popularidad del personaje en la red, protagonista de "El blog de Eva" en Telecinco.es, y el seguimiento de sus comentarios sobre cada capítulo en redes sociales han convertido a la serie en un éxito en Internet, con cerca de 127.000 *fans* en Facebook y 4.300 seguidores en Twitter.

Junto a "La pecera de Eva", LaSiete ha ofrecido las short movies multimedia "Becari@s" y "Sexo en Chueca.com" en una renovada versión con capítulos de mayor duración, nuevas tramas y decorados y un elenco formado por los actores Dafne Fernández, Octavi Pujades y Elsa Pinilla, entre otros.

El humor ha sido otro de los géneros barajados por la cadena, con el estreno del programa de producción propia de cámara oculta "Los Siete Pelmas" y las incorporaciones de "Vaya semanita", el programa ETB que por primera vez en su historia ha dado el salto a nivel nacional; el espacio de sketches "Agitación + IVA", la ficción "Fibrilando" y los programas "Guaypaut", presentado por Carmen Alcayde, "Soy famoso, ¡sacadme de aquí!" y "Michinoku: furia amarilla".

Por otro lado, los espacios de *telerrealidad* que se han ido sucediendo en Telecinco durante este año, "Gran Hermano", "Supervivientes", "Más Que Baile" y "Las joyas de la corona", han cobrado especial relevancia en LaSiete, cuya parrilla ha incluido resúmenes diarios exclusivos, sus galas semanales y sus correspondientes debates. Junto a éstos, LaSiete ha lanzado el innovador formato multimedia "Adopta a un famoso", ofreciendo a los espectadores la oportunidad de acoger a un

personaje popular en sus casas durante 24 horas convirtiéndoles en uno más de la familia, mientras una cámara le acompañaba para mostrar cómo se desarrollaba la jornada de convivencia.

Han completado la oferta retransmisiones y programas deportivos producidos por Informativos Telecinco, como "LaSiete en el Mundial", un repaso diario desde Sudáfrica a la actualidad del Mundial conducida este verano por Paco González, y "Europa en juego", programa presentado por Ramón Fuentes que analiza cada jornada de la UEFA Europa League con resúmenes exclusivos de los partidos.

Con respecto a retransmisiones en directo, LaSiete ha ofrecido en 2010 de forma exclusiva los campeonatos de Europa de fútbol Sala, fútbol Sub-17 y Sub-19, las dos semifinales y la final de la Copa Mundial de Clubes de la FIFA, así como los amistosos de las selecciones de Argentina y Brasil y la final del Open de tenis de San José de EE.UU., disputada por el español Fernando Verdasco.

De mano de Informativos Telecinco la cadena ha emitido además nuevas entregas de "Reporteros", programa semanal que analiza en profundidad algunos de los asuntos que han marcado la actualidad del año, junto a versiones editadas de programas de éxito en Telecinco como "Sálvame", "Vuélveme loca", "Más allá de la vida", "Mujeres y Hombres y Viceversa" o "El juego de tu vida", entre otros.

- **Boing, el nacimiento de un nuevo canal infantil y juvenil**

Este año la cadena ha transformado su contenedor infantil y juvenil que ofrecía en las mañanas del fin de semana, en un canal con identidad propia que amplía el espectro de targets del universo Telecinco y abre sólidas vías de comunicación comercial.

Productos estrella de la factoría Turner como "Ben 10 Alien Force", ídolo de millones de niños en todo el mundo, "Las Supernenas Z", "El show de Garfield", "Amazing Spiez!", "Bratz", "Los Secret Saturday", "Angel's Friends", "Geronimo Stilton", "Dinosaur King", "Titeuf", "Jewelpet", "Hero 108" y la serie de imagen real "Las nuevas aventuras de Robin Hood" han articulado los contenidos de este nuevo canal que ha enfocado su oferta de *prime time* hacia los espectadores adolescentes.

En su oferta se encuentran también series anime de éxito mundial como "Inazuma Eleven", "Beyblade Metal Fusion", "Bakugan en Nueva Vestroia", "Digimon" o "Naruto", por lo que la cadena recibió en 2010 el Premio del Salón del Manga al Mejor Canal de *Anime*, un certamen anual organizado por la Federación de Instituciones Profesionales del Cómic (FICOMIC).

Telecinco.es, líder de las televisiones comerciales en internet

Internet, las redes sociales, los contenidos multiplataforma y la tecnología aplicada al universo virtual han constituido en 2010 una realidad ampliamente testada por Telecinco.es. La agilidad de sus contenidos, su valor añadido a la oferta de televisión y su gran apuesta por la interactividad han situado nuevamente al site de Telecinco como la web de una cadena comercial más seguida de España y como uno de los primeros medios de comunicación en Internet.

Los intentos de su directo competidor por incrementar sus cifras sumando el tráfico de una red social no han conseguido ensombrecer los datos de Telecinco.es: casi 1.700 millones de páginas vistas, 284 millones de visitas y una media mensual de más de 7,2 millones de usuarios únicos.

La evolución del tráfico de Telecinco.es ha sido muy positiva a lo largo del año, con incrementos consecutivos que le han llevado a alcanzar su récord histórico en el mes de octubre con casi 9 millones de usuarios únicos, la cifra **más alta obtenida hasta entonces por una web de televisión en nuestro país.**

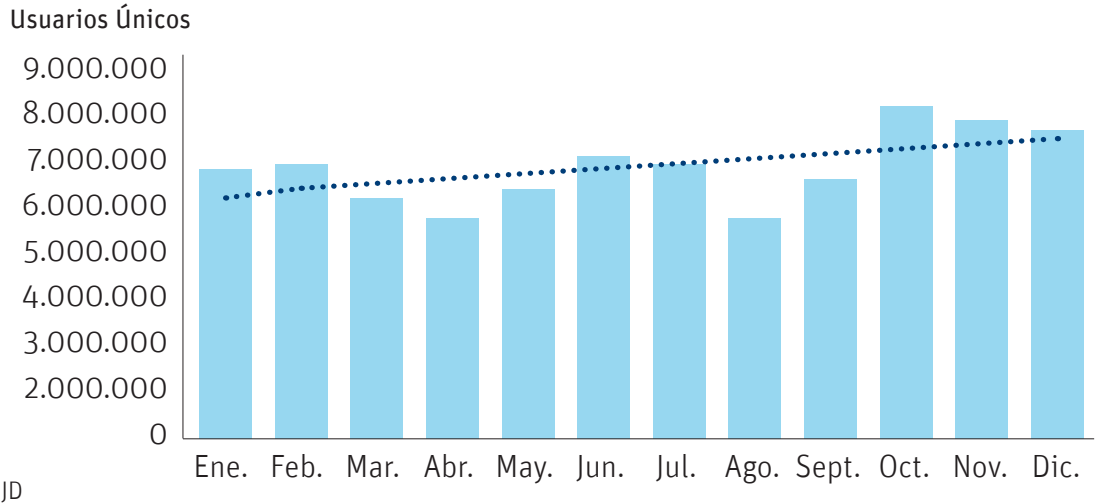
Gracias a la exhaustiva información que la web ofrece de cada uno de los productos de pantalla, los contenidos exclusivos, el material gráfico, las entrevistas, los reportajes, los encuentros digitales, los blogs y la integración de sus sites con redes sociales como Twitter, Tuenti, MSN y Facebook -en la que ya cuenta con más de 130.000 seguidores-, han propiciado la visita de millones de internautas. Además, Telecinco.es ha servido contenidos a la carta en forma de vídeos íntegros de las series y extractos de los mejores momentos de los programas y productos de ficción, entre otros. En total, más de 200 millones de descargas.

	TRÁFICO INTERNET 2010					
	PÁGINAS VISTAS		VISITAS		USUARIOS	
	Totales	Media mes	Totales	Media mes	Media mes	Media diaria
TELECINCO	1.699.673.120	141.639.427	284.074.939	23.672.912	7.248.890	520.379
+ HABBO	1.484.490.474	123.707.540	228.909.519	19.075.793	6.360.629	426.665

* Cuatro y La Sexta no han sido auditadas por OJD durante 2010

* Fuente: datos de Nielsen auditados por OJD

Evolución del tráfico de Telecinco.es



Fuente: OJD

Entre los sites más visitados, han destacado especialmente los de "Mujeres y hombres y viceversa", cuyo target eminentemente joven ha dejado casi 70 millones de visitas, "Gran Hermano", con 67,7 millones de visitas y "Sálvame", que ha registrado casi 35 millones de visitas. El éxito de estos programas en pantalla y en Internet les ha llevado a protagonizar el mayor número de descarga de vídeos, sumando en total más de 172 millones.

SITES MÁS VISITADOS 2010 PROGRAMAS Y FICCIÓN		
	SITE	VISITAS
1	MUJERES Y HOMBRES Y VICEVERSA	69.955.513
2	GRAN HERMANO	67.760.742
3	SÁLVAME	34.220.596
4	EL PROGRAMA DE ANA ROSA	14.048.963
5	SUPERVIVIENTES	9.507.113
6	AÍDA	8.814.517
7	LA PECERA DE EVA	7.942.804
8	LA QUE SE AVECINA	4.052.593
9	HOSPITAL CENTRAL	3.044.438
10	TIERRA DE LOBOS	2.823.166

VÍDEOS DESCARGADOS PROGRAMAS Y FICCIÓN		
	PRODUCTO	DESCARGAS
1	MUJERES Y HOMBRES Y VICEVERSA	62.966.171
2	GRAN HERMANO	35.296.693
3	SÁLVAME	21.393.223
4	AÍDA	15.404.760
5	LA PECERA DE EVA	10.315.433
6	INFORMATIVOS TELECINCO	9.228.551
7	LA QUE SE AVECINA	6.423.864
8	LA NORIA	4.786.016
9	SUPERVIVIENTES	4.756.218
10	SIN TETAS NO HAY PARAÍSO	4.750.514

En el apartado de ficción, "Aída", con 8,8 millones de visitas, "La pecera de Eva", con más de 7,9 millones, y "La que se avecina", con 4 millones, han sido las que más interés han despertado entre los internautas, encabezando también el ranking de descargas de vídeos con más de 31 millones conjuntamente.

Junto a la oferta de televisión "a la carta", Telecinco.es ha mantenido su apuesta de ofrecer en directo los espacios más emblemáticos de la cadena, así como determinados eventos extraordinarios. Entre los primeros, han destacado todas las ediciones de Informativos Telecinco disponibles en la web www.informativostelecinco.com, "El programa de Ana Rosa", "Gran Hermano" y su debate dominical, "Sálvame" y "Mujeres y hombres y viceversa". En el apartado de eventos especiales, debe mencionarse la emisión en directo de todos los partidos del Mundial de Fútbol 2010 -que por si solos generaron casi 7 millones de visitas-, los encuentros de Europa League, la Gala conmemorativa del 20º aniversario de Telecinco y la fiesta de presentación de Divinity.es.

Telecinco.es, pionera en producción propia para Internet

"Becari@s", el primer producto de ficción de una cadena de televisión en España, ha continuado su andadura en Telecinco.es durante 2010 con el estreno de su quinta temporada, convirtiéndose en la serie multimedia más longeva y con mayor seguimiento entre los internautas, con más de 3,3 millones de visitas y 2,2 millones de vídeos descargados.

Artistas como Melendi, Carlos Baute, Pilar Rubio, Eva González y Almudena Cid se han sumado este año a la ya larga lista de famosos que han querido compartir mediante apariciones estelares el humor de las aventuras de Willy y Diego, sus protagonistas.

Además, "Becari@s" llevó a cabo en el mes de julio una colaboración solidaria dedicando uno de sus capítulos a la iniciativa "Mójate por la Esclerosis Múltiple", una acción de sensibilización hacia las más de 40.000 personas que padecen esta enfermedad en nuestro país.

El éxito de los formatos "Adopta a un famoso" y "Sexo en Chueca", también desarrollados en origen como contenidos exclusivos para Telecinco.es, ha posibilitado su salto a la pantalla de televisión, emitiéndose en LaSiete durante 2010 con notable éxito de audiencia.

Nace Divinity.es, la crónica social de todo el mundo en un solo click

En 2010, Telecinco.es ha dado un nuevo paso en la creación de contenidos lanzando una fuerte apuesta destinada al público joven, urbano, moderno y cosmopolita: Divinity.es, un portal independiente de la oferta de televisión especializado en el mundo de las celebrities, las tendencias y la crónica social.

Divinity.es reúne los *blogs* de un amplio equipo de colaboradores -como Bimba Bosé, Nacho Montes, Màxim Huerta o Carmen Lomana, entre otros-, en los que se tratan los temas más diversos desde un enfoque original, con un tratamiento periodístico de calidad, pero con sentido del humor. Una web que integra todas sus noticias en Facebook y Twitter y pone a disposición de los internautas un "kiosco de prensa" con enlaces a las revistas del sector más importantes del mundo, entre otros contenidos.

Los internautas acogieron Divinity.es con tanto entusiasmo que en sólo seis meses consiguió posicionarse entre los sites más exitosos de todo Telecinco.es, con más de 6,1 millones de visitas.

Telecinco Cinema, garantía de éxito y calidad en la producción de largometrajes

Grandes producciones de directores consagrados y de marcada proyección internacional; proyectos que abren la puerta del Séptimo Arte a jóvenes cineastas; comedias pensadas para el gran público; cintas que acercan las películas de género a las salas comerciales y *thrillers* protagonizados por algunos de los rostros más seguidos por los espectadores componen las líneas maestras con las que Telecinco Cinema ha contribuido este año a su obligada inversión en cine español a través de películas estrenadas y proyectos en desarrollo.

Telecinco ha cumplido en 2010 una década en la industria cinematográfica en la que ha hecho historia con producciones como "Ágora", "El Laberinto del Fauno", "Celda 211", "El Orfanato", "Alatriste", "Ché", "Spanish Movie" y "Los crímenes de Oxford", entre otras muchas. Diez años después de sus primeros pasos en la industria a través de películas como "Al otro lado de la cama", "Los dos lados de la cama", "Lobo" e "Intacto", entre otras, Telecinco Cinema es una de las mayores productoras cinematográficas en España por volumen de inversión y taquilla, sumando galardones en los festivales de cine más prestigiosos.

Bajo estos parámetros de calidad, rentabilidad y sintonía con el público Telecinco Cinema ha estrenado este año cuatro películas de distintos género: "El mal ajeno", la ópera prima de Oskar Santos protagonizada por Eduardo Noriega y con Alejandro Amenábar como productor; "Rabia", una producción participada por Guillermo del Toro y dirigida por Sebastián Cordero ganadora de a Biznaga de Oro a la Mejor Película del Festival de Málaga 2010; "Agnosia", *thriller* romántico dirigido por Eugenio Mira con Eduardo Noriega, Bárbara Goenaga y Félix Gómez en sus papeles protagonistas y "La daga de Rasputín", una comedia dirigida e interpretada por Jesús Bonilla junto a Antonio Resines, Antonio Molero, María Barranco y Carolina Bang, entre otros.

Junto a estos estrenos, la cadena ha iniciado en 2010 el rodaje de otros cuatro proyectos, entre ellos uno de los más ambiciosos en la historia de nuestro cine: "Lo imposible", la nueva película de Juan Antonio Bayona ("El Orfanato"), protagonizada por Naomi Wats, Ewan McGregor y Tom Holland cuyo rodaje, aún en desarrollo, ha tenido lugar en Tailandia, Alicante y Madrid. La película narra la historia de un matrimonio británico residente en Japón que deberá enfrentarse el primer día de sus vacaciones en Tailandia a una brutal tragedia -el tsunami de Indonesia- que cambiará para siempre sus vidas.

"Verbo", el primer largometraje del aclamado cortometrajista Eduardo Chapero Jackson protagonizado por Miguel Ángel Silvestre, Alba García y Verónica Echegui; "Lo mejor de Eva", thriller de Mariano Barroso con Leonor Watling y Miguel Ángel Silvestre y "No habrá paz para los malvados", la nueva película de Enrique Urbizu protagonizada por José Coronado y Rodolfo Sancho.

Además, Telecinco Cinema ha llevado a cabo el rodaje de la tv movie "Alakrana", de Salvador Calvo, el director de mayor éxito en el género de películas para televisión tras "Paquirri" y "La Duquesa", así como de "Vuelo IL8714", basada en el trabajo de investigación de la mayor catástrofe de aviación ocurrida en España.

Atlas, la agencia de noticias audiovisuales líder del mercado

Los principales clientes de Atlas, entre los que se encuentran televisiones nacionales como Intereconomía, VEO TV o La Sexta; cadenas autonómicas como Canal Sur, TV Extremadura o TV Castilla La Mancha; y canales locales como Popular TV han confiado un año más en el servicio de la agencia en materia política, económica, social, deportiva, cultural y de actualidad en general.

Un año más, Atlas también se ha mantenido como la agencia audiovisual de referencia en el mercado de los medios digitales con presencia en las principales cabeceras on line de información general, entre las que se encuentran ElMundo.es, ElPaís.com, LaVanguardia.es, ElPeriódico.com, ABC.es, entre otras web.

Como productora de contenidos, Atlas no sólo ha llevado a cabo toda la producción de Informativos Telecinco, sino que además ha desarrollado la séptima temporada de "Diario de...", así como retransmisiones deportivas de primer nivel como el Mundial de Fútbol de Sudáfrica.

Premios recibidos por Telecinco en 2010

Fotogramas de Plata a "Celda 211" a la Mejor Película Española

Premio TP de Oro

- A Ana Rosa Quintana como Mejor Presentadora de Variedades y Espectáculos
- A "Pasapalabra" como Mejor Concurso
- A "Gran Hermano" como mejor reality

Premio Micrófono de Oro en el apartado de Televisión a Pilar Rubio y Ángeles Blanco

Premios Goya

- A "Celda 211" : Mejor Película, Mejor Dirección, Mejor Interpretación Masculina Protagonista, Mejor Actor Revelación, Mejor Interpretación Femenina de Reparto, Mejor Guión Adaptado, Mejor Montaje, Mejor Sonido
- A "Ágora": Mejor Guión Original, Mejor Dirección de Fotografía, Mejor Dirección de Producción, Mejor Dirección Artística, Mejor Diseño de Vestuario, Mejores Efectos Especiales, Mejor Maquillaje y/o Peluquería

Premio Unión de Actores

- A Luis Tossar por su papel en "Celda 211" como Mejor Actor Protagonista
- A Carlos Bardem por su papel en "Celda 211" como Mejor Actor Secundario
- A Alberto Ammann por su papel en "Celda 211" como Mejor Actor Revelación

Premio José Mª Forqué de Egeda a "Celda 211" y Luis Tosar

Premio Academia de la Televisión (ATV)

- A Blanca Portillo en el apartado de Mejor Actriz de Serie por su papel en "Acusados"

Premio especial a la divulgación en materia de protección de datos (Lopdgest) a "12 meses, 12 causas" en la categoría televisión por su labor de concienciación sobre la obligatoriedad de cumplir con la norma a empresas e instituciones

Premio Antena de Oro a Sara Carbonero en la categoría de Televisión

Premios Talento de la Academia de TV a Beatriz Galán, responsable de la edición matinal de Informativos Telecinco

Premio Ondas

- A Paco León como Mejor Intérprete Masculino en Ficción Nacional
- A "Pasapalabra" en la categoría de Premio Especial del Jurado

Premio Producción Profesional a la retransmisión del Mundial de Futbol de Telecinco en reconocimiento a la excelencia empresarial, la investigación, el desarrollo tecnológico y la producción broadcast, audiovisual, publicitaria y cinematográfica.

EL NEGOCIO PUBLICITARIO

Grupo Publiespaña, una oferta multicanal líder

Publiespaña ha vuelto a mostrar una elevada capacidad para adaptarse a los nuevos retos que 2010 ha traído consigo: la eliminación de la publicidad en TVE, el cese de las emisiones analógicas y la entrada en vigor de un nuevo marco legal en materia publicitaria, grandes cambios en un sector nuevamente liderado por Publiespaña, tanto en cuota de mercado como en volumen de facturación, alcanzando el mejor ratio de eficacia del mercado (relación audiencia-inversión).

Cifras audiencia y mercado

GRUPOS	Audiencia % Share individuos	Mercado (Millones de euros)	% Cuota de Mercado	Ratio de Eficacia
Telecinco	17,7	792,9	32,1	181
Antena 3	15,8	690,2	27,9	177
cuatro	7,0	295,1	11,9	169
laSexta	6,6	276,5	11,2	169
Autonómicas	11,4	272,6	11,0	97
tve	24,1	-	0,0	-
Resto	17,4	144,7	5,9	34
TOTAL	**100,0**	**2.471,9**	**100,0**	

Grupo TELECINCO: Telecinco+FDF+LaSiete+Boing

Grupo ANTENA3: Antena3+Neox+Nova+Nitro

Grupo LASEXTA: LaSexta+LaSexta2+GolTV

Fuentes: Kantar Media, Infoadex.

Módulos publicitarios, una fórmula única en el mercado que garantiza al anunciante el perfil de público que más le interesa

2010 ha sido el año de la consolidación de la comercialización convencional por módulos publicitarios. Un modelo de gestión emprendido por Publiespaña a mediados de 2009 con una política comercial completa, diversa y muy flexible, donde cada anunciante puede elegir el perfil de espectadores más afín a sus necesidades, planificando sus campañas en cualquiera de las cadenas que durante este año han formado parte del Grupo.

Publiespaña ha redondeado una oferta rica en posibilidades que agrupa y facilita la compra de espacio en función de los públicos objetivos mayoritarios, los targets cualitativos y los horarios específicos preferidos por cada cliente en las distintas cadenas, entregándoles la llave maestra de la planificación de sus mensajes con el fin de impactar no sólo en el mayor número de espectadores desde un punto de vista cuantitativo, sino de llegar al tipo de público que más le interesa en el horario más adecuado al perfil de sus potenciales consumidores.

Una estrategia en publicidad convencional reconocida por el mercado que se ha reforzado a través del desarrollo de nuevos formatos no convencionales, tras la entrada en vigor de la Ley General de Comunicación Audiovisual, cuyas modificaciones en materia publicitaria han estimulado a la compañía en la investigación de nuevas fórmulas publicitarias especiales, haciendo de 2010 un año de transición en el área de Iniciativas Especiales.

El nuevo cómputo establecido por este nuevo marco legal a todos los desarrollos comerciales distintos del spot tradicional ha supuesto todo un reto para Publiespaña, que ha sido capaz de reinventar su cartera de productos con la gestión directa de algunos ya existentes como el product placement, el máximo exponente de integración entre contenidos y publicidad con el que la compañía se ha adentrado en una nueva línea de negocio, y con el lanzamiento de formatos innovadores como los patrocinios integrados.

La reducción del tiempo disponible para estas tipologías, cuyo límite ha pasado de cinco a tres minutos por hora, ha conferido a las Iniciativas Especiales un mayor índice de exclusividad, lo que ha permitido a la compañía llevar a cabo la revalorización de esta partida para seguir ofreciendo al anunciante propuestas a su medida.

Los anunciantes de Publiespaña, “vencedores” del Mundial

Durante 2010, Publiespaña ha llevado a cabo la comercialización del Mundial de Fútbol de Sudáfrica, sin duda el evento comercial más destacable del año cuyas audiencias millonarias en Telecinco batieron todas las marcas existentes hasta la fecha.

Un evento de interés general abierto a todos los clientes fue la premisa a partir de la cual se trazó su política comercial para el paquete de partidos adquiridos por Telecinco en esta importante cita deportiva que tantas satisfacciones ha dado a la Selección Española, a su afición y a los anunciantes que apostaron por la cadena.

Asociada al partido inaugural y a los siete encuentros restantes disputados por España, la compañía lanzó una oferta destinada a dar cabida a todo tipo de anunciantes. En ella se incluían productos como el módulo “Apuesta por la Roja”, donde se ofrecía la posibilidad de estar en todos los partidos con presencia publicitaria antes del encuentro, en el descanso y tras el pitido final, con una destacada novedad en las condiciones comerciales, establecida en función de la posición que alcanzase la Selección Nacional.

Publimedia Gestión, la consolidación de una oferta multisoporte basada en la televisión de pago, Internet y el medio exterior

Publiespaña, a través de su filial Publimedia Gestión, ha ofrecido a sus clientes en 2010 un completo mix de medios que se ha visto reforzado tanto en el área de la televisión de pago como Internet y el medio exterior.

La oferta multisoporte de Publimedia Gestión se ha visto ampliada por la incorporación de más televisiones de pago a los canales de Chello Multicanal -Canal Hollywood, Canal de Historia, Canal Cocina, Odisea, Sol Música, The Biography Channel, Canal Decasa- comercializadas desde 2009.

En el ámbito exterior, 2010 ha sido el año de la expansión del circuito de publicidad audiovisual Iwall Inshop, uno de los sistemas más innovadores del mercado, con presencia en centros comerciales de España y Andorra, cuyo crecimiento le ha llevado a pasar de 10 a 40 centros comerciales y de 100 a 500 pantallas. Han confiado en este sistema compañías de primer nivel como Coca Cola que, gracias a la incorporación de audio a las pantallas, han obtenido con sus campañas un alto impacto entre los transeúntes a través de una publicidad novedosa y altamente notoria.

De igual forma, Publimedia Gestión se ha expandido en Internet con la incorporación de www.kissfm.es a su cartera de *webs* comercializadas, en la que destaca Telecinco.es y desde el 1 de enero de 2011, Cuatro.com.

Telecinco, una marca rentable más allá de la pantalla

La marca Telecinco ha demostrado un año más su rentabilidad más allá de la gestión publicitaria, bien a través de productos asociados a series y programas, bien a partir de la venta de derechos de producción o emisión de los formatos de la cadena en las distintas plataformas de distribución de contenidos existentes.

En este ámbito, Telecinco ha estado presente en servicios de acceso premium en ONO, Imagenio y Digital +, donde los espectadores han podido adelantarse a la emisión en Telecinco de los capítulos de "Tierra de Lobos", "Aída", "Hospital Central", "Acusados", "La Pecera de Eva" y "La que se avecina". Asimismo, todas estas series han estado disponibles en alta calidad a través de Telecinco.es en servicio de pago. En este sentido, la web de Telecinco también ha ofertado el "Canal 24 horas de Gran Hermano" mediante un método de micropagos vía SMS o llamadas a líneas de tarificación añadida, así como a través un sistema de bonos semanales o mensuales con pagos mediante tarjeta de crédito.

Por otra parte, "Camera Café", "Aída" "Fibrilando" y "Hospital Central" han ocupado un puesto destacado en las parrillas de Paramount Comedy o AXN en las plataformas de pago, así como largometrajes coproducidos en los diferentes canales empaquetados por Chello Multicanal, compañía con la que Telecinco cerró un acuerdo de contenidos y comercialización en el año 2009.

La explotación audiovisual en móviles ha supuesto un mercado creciente donde los contenidos de Telecinco, y en especial las series de ficción, se han convertido en uno de los productos más demandados por los usuarios de los principales operadores, entre los que se encuentran Orange y Vodafone Live, permitiendo a sus clientes acceder a los contenidos de Telecinco en cualquier momento y lugar.

En ventas internacionales, "Escenas de Matrimonio" se ha producido en Francia emitiéndose a través de M6 y, entre los acuerdos más relevantes, cabe desta-

car la tv movie "El Pacto" en Francia y "Felipe y Leticia" en Venezuela y Portugal. Esta última producción ha sido distribuida a nivel mundial por Beta.

El mercado videográfico español ha estado marcado de nuevo por el éxito de la serie "Sin tetas no hay paraíso" con el lanzamiento de las tres temporadas completas en DVD, así como por las nuevas temporadas de "La que se avecina" y "Aída" y las tv movies "La Duquesa", "Felipe y Letizia", "Sissi" y "Alfonso, el príncipe maldito".

En el ámbito musical, Telecinco ha lanzado en 2010 el disco "Más Que Baile" y una nueva edición de "Las 101 canciones..." asociadas a "Sálvame Deluxe", mientras que el juego de mesa de "Pasapalabra" y su versión en DVD han vuelto a ser durante la pasada campaña navideña unos de los regalos asociados a marcas televisivas más vendidos del mercado, junto al universo "Gran Hermano", cuyos productos -juego, edredón, ropa oficial de la marca y el videojuego "Los Sims"- han vuelto a alcanzar altos índices de demanda. Ha sido el caso también de "Sálvame" y sus productos derivados, que han desencadenado la creación de su propio juego de mesa, un karaoke y un club de fidelización a través de un proyecto editorial en formato revista.

Resultados económico-financieros

Estado de Situación Financiera Consolidado (millones de €)

	2008	2009	2010
ACTIVO NO CORRIENTE	540,659	523,906	1.568,689
ACTIVO CORRIENTE	286,898	210,184	412,222
TOTAL ACTIVO	**827,557**	**734,090**	**1.980,911**

PATRIMONIO NETO	461,474	291,609	1.376,105
PASIVO NO CORRIENTE	103,832	112,256	105,831
PASIVO CORRIENTE	262,251	330,225	498,975
TOTAL PASIVO	**827,557**	**734,090**	**1.980,911**

Resumen de la Cuenta de Resultados Separada Consolidada (millones de €)

	2008	2009	2010
Total ingresos de explotación	981,853	656,260	855,061
Costes operativos	594,948	533,479	635,620
Resultado operativo	386,905	122,781	219,441
Resultado antes de impuestos y minoritarios	207,650	2,849	36,500
Resultado neto grupo[1]	211,279	48,442	70,545

[1] Atribuible a los accionistas de la Sociedad dominante

Valor económico generado y distribuido (millones de €)

	2008	2009	2010
1. Valor económico generado	982,0	656,3	855,1
2. Valor económico distribuido			
■ Costes operativos	594,9	533,5	635,6
■ Impuestos y minoritarios	-3,6	-45,6	-34,1
■ Donaciones e inversiones en la comunidad	8,7	6,39	7,4
Total valor económico distribuido	600	494,29	601,5
3. Valor económico retenido [1]	381,9	162,01	253,6

[1] Valor económico retenido= valor económico generado- valor económico distribuido

Valor para los accionistas

Telecinco mantiene una fluida relación con los inversores en línea con lo establecido por la Comisión Nacional del Mercado de Valores para las sociedades cotizadas.

En este sentido, informa a sus inversores por una triple vía; a través de la presentación trimestral de resultados a la CNMV, a través de la web corporativa (http://www.telecinco.es/inversores/es/) y mediante un correo electrónico a cada uno de los inversores y analistas.

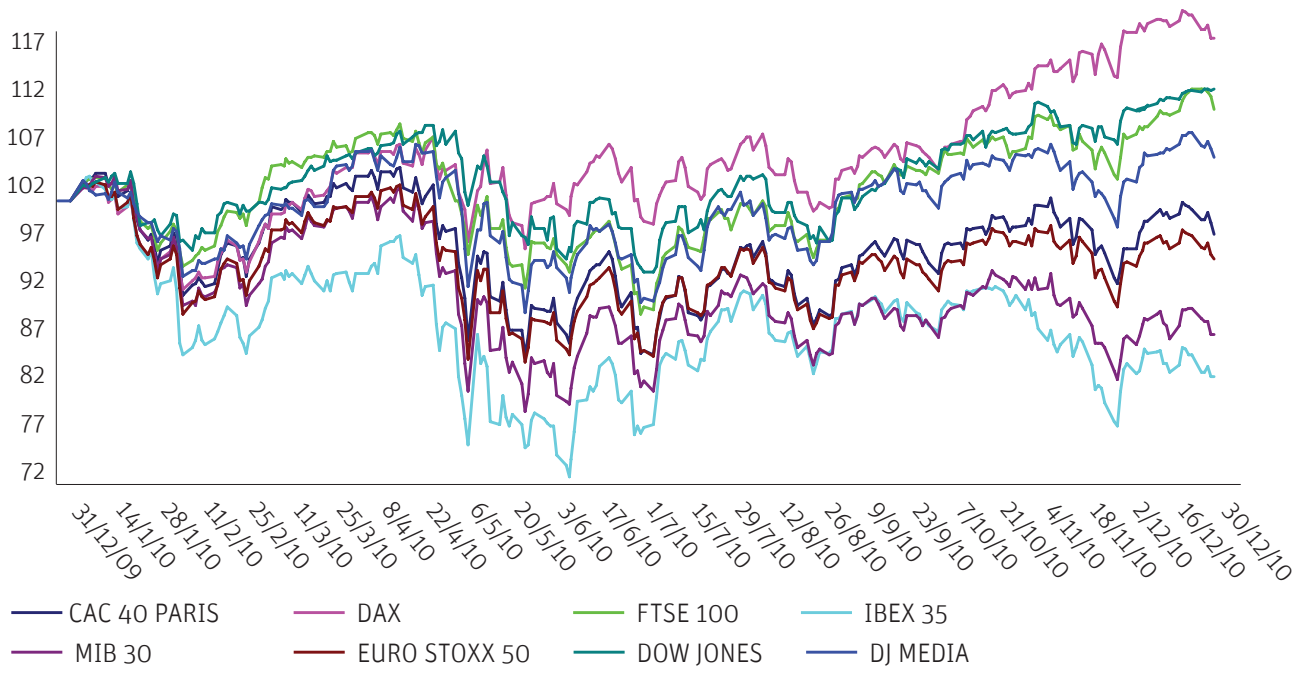
Como norma general, tras este proceso se lleva a cabo una presentación de los resultados que puede ser seguida en tiempo real mediante *conference call y webcast* con la finalidad de otorgar a los grupos de interés la oportunidad de realizar aquellas preguntas que consideren. Este acto informativo queda grabado y almacenado, estando disponible a través de la web de Telecinco hasta la siguiente sesión.

De forma adicional a las actividades periódicas de publicación de los resultados trimestrales y anuales, a lo largo del año 2010 Telecinco realizó un *roadshow* en España, Reino Unido, Francia e Italia en ocasión de la ampliación de capital con derechos de suscripción preferente, en el que el Management de la compañía tuvo 44 reuniones con 89 compañías de inversión en 8 diferentes ciudades.

Asimismo, el Grupo ha participado en once seminarios, celebrados tanto en España como en Reino Unido, dedicados a las empresas del sector de los medios de comunicación donde se ha tenido contacto directo con 127 compañías de inversión en 78 reuniones. Además, se realizaron reuniones con 62 empresas y 40 *conference calls*, y 252 reuniones o *conference calls* con los analistas de los diferentes brokers que cubren la compañía (34 al día 31 de diciembre de 2010).

Por último, señalar que Telecinco ha recibido unas 400 solicitudes de ejemplares de su memoria anual en inglés y unas 150 en español por parte de analistas e inversores.

Evolución Índices Generales Bolsas Internacionales en 2010



Evolución de los Índices Generales de las Bolsas

ÍNDICE	21/12/2007	31/12/2008	21/12/2009	31/12/2010	%
CAC 40	5.614,08	3.217,97	3.936,33	3.804,78	-3,3
DAX	8.067,32	4.810,20	5.957,43	6.914,19	16,1
FTSE 100	6.456,90	4.434,17	5.412,88	5.899,94	9,0
IBEX 35	15.182,30	9.195,80	11.940,00	9,859,10	-17,4
MIB 30	38.885,00	20.064,00	23.248,39	20.173,29	-13,2
EUROSTOXX 50	4.404,64	2.451,48	2.964,96	2.792,82	-5,8
DOW JONES	13.365,87	88.776,39	10.428,05	11.577,51	11,0
DOW JONES MEDIA	227,61	147,44	155,10	161,79	4,3

Además, resulta importante ofrecer información sobre el contexto bursátil de 2010 para entender la evolución de la compañía en ese punto. En este sentido, el 2010 ha sido otro año irregular, sobre todo en la evolución en los diferentes países; si de un lado en Estado Unidos fue un año positivo con el Dow Jones creciendo un +11%, en Europa el rumbo no fue tan claro, Londres y Ámsterdam tuvieron un fuerte crecimiento mientras que en Milán e Madrid las ventas marcaron el trend anual. En particular el IBEX35 fue el peor índice europeo con una corrección de -17% acercándose a los niveles de finales del año 2008.

Es difícil disociar la evolución de la acción de Telecinco, y de los otros valores del sector media, de lo que hizo la bolsa madrileña; las caídas fueron a doble digito para todos.

En este contexto hay que evidenciar como la evolución bursátil de la acción de Telecinco ha sido negativamente afectada por el retraso en la aprobación de la adquisición de Cuatro y del 22% de Digital+, por parte de las autoridades de la competencia tanto a nivel europeo como español.

El anuncio de la operación en diciembre de 2009 tuvo una acogida muy positiva por el mercado hasta principios de abril de 2010, para luego tener una fuerte corrección a la vez que se ampliaba el plazo de las autoridades del antitrust. Hay también que destacar que, como el 19 de noviembre de este año se lanzó la ampliación de capital dineraria con derechos de suscripción preferente por los accionistas, el valor de este derecho (calculado sobre el cierre de bolsa de 18 de noviembre) fue de 0,90 euros; importe que fue deducido del valor de la acción.

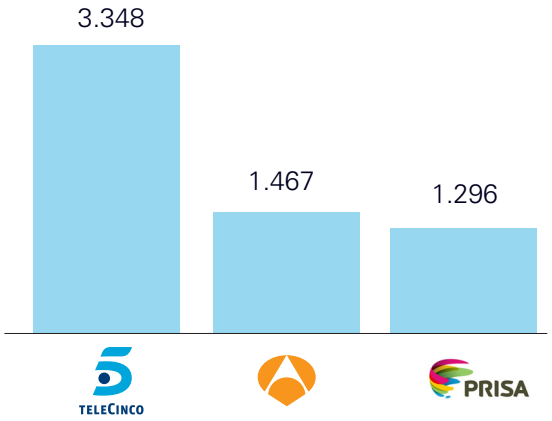
La ampliación de capital dineraria fue de un importe de 499.201.775 euros con emisión de 86.817.700 nuevas acciones, con valor nominal de 0,50 euros, a un precio de 5,75 euros; al final del periodo de suscripción se consiguieron solicitudes por 9,3 veces el importe ofrecido, lo que evidencia la gran aceptación por parte del mercado y se traduce en un éxito para el Grupo en esta operación.

El 29 de diciembre, en virtud de los acuerdos adoptados por la junta General celebrada el día 24 del mismo mes, se produce una segunda ampliación de capital mediante aportación no dineraria de Sogecuatro por un importe nominal de 36.701 miles de euros. Después de las operaciones descritas, el capital social de Telecinco es de 203.430.713 euros, enteramente suscrito, representado por 406.861.426 acciones de valor nominal 0,50 euros.

A raíz de las ampliaciones de capital, incluyendo en el cálculo todas las nuevas acciones emitidas (aunque las acciones emitidas el 24 de diciembre de 2010 no fueron aceptadas a cotización, por parte de la CNMV, hasta el 27 de enero de 2011), la ca-

pitalización del Grupo Telecinco a 31 de diciembre de 2010 fue 3.348,48 millones de euros, siendo la empresa 21 por capitalización del índice IBEX35. Cabe resaltar que Telecinco tiene la capitalización más grande del sector media.

Capitalización Bursátil (millones €)



Fuente: Bloomberg; Incluye 73.401.807 acciones emitidas en la Junta General de Accionistas celebrada el 24 de diciembre de 2010, pendientes de admisión por parte de la CNMV al 31 de diciembre de 2010.

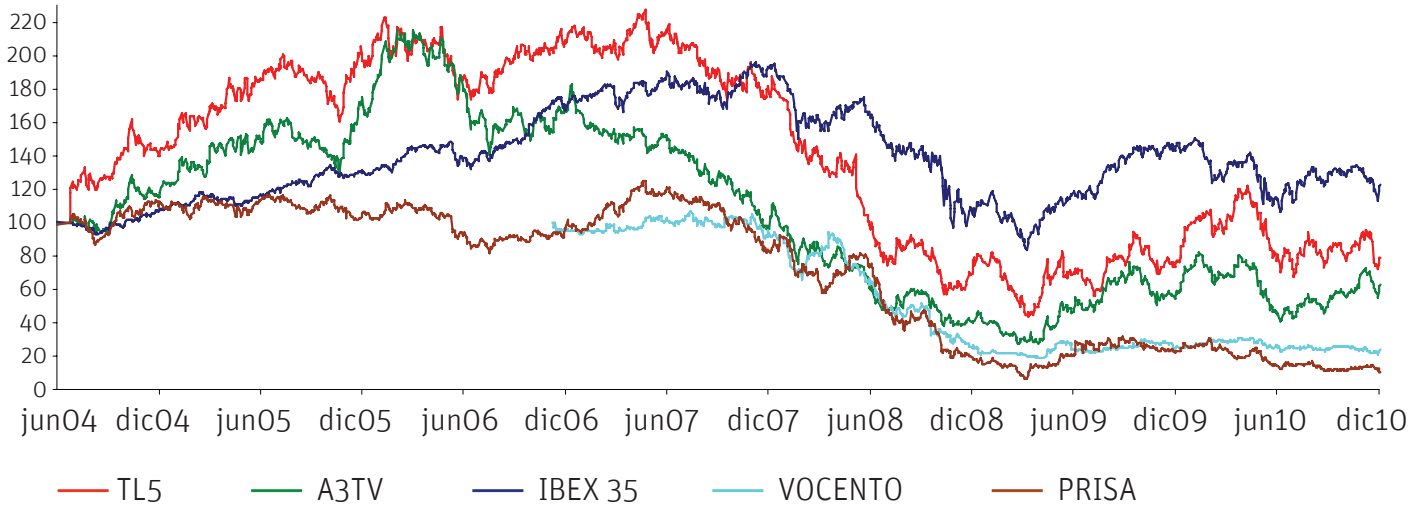
El volumen de acciones de la compañía negociado en el año 2010 ha sido de 558,3 millones y equivale a 5.268,8 millones de euros. La jornada bursátil en la que el mercado continuo alcanzó el máximo volumen de contratación fue el día 9 de marzo de 2010, justo antes del pago del dividendo del año 2009. En ese día el volumen de contratación fue de 141 millones de euros.

Por otra parte, la acción de Telecinco alcanzaba su máximo anual intradía el 9 de abril de 2010 cotizando a 12,31 euros, mientras que su mínimo anual intradía tuvo lugar el 1 de julio de 2010, con una cotización de 6,89 euros por acción.

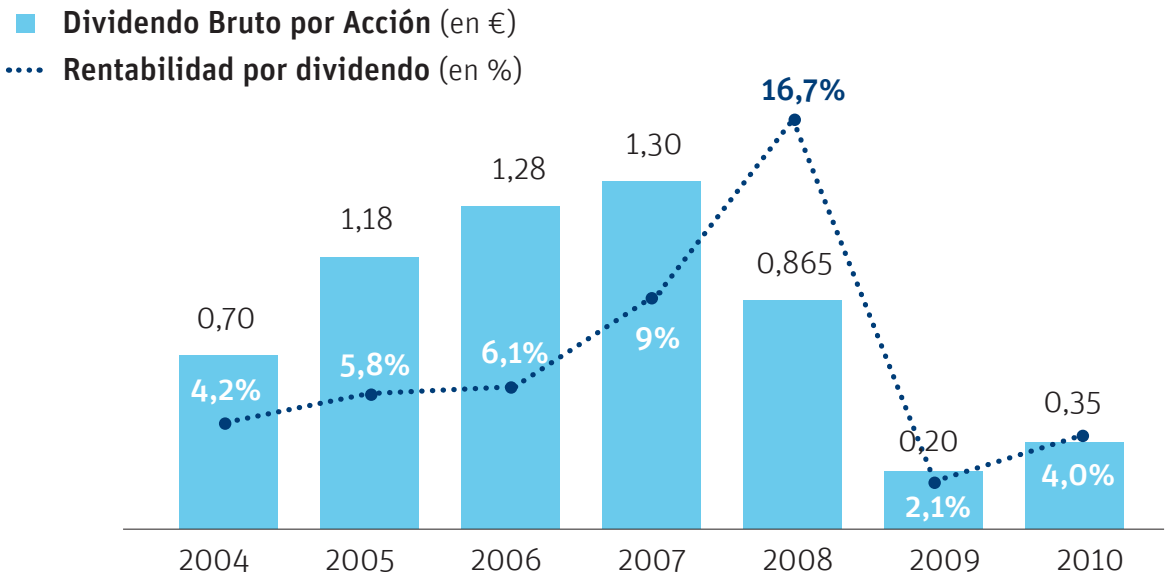
Dividendo en 2010

El Consejo de Administración del 24 de febrero de 2010 acordó repartir un dividendo a cuenta, por un importe de 48.440 miles de euros, con cargo a la distribución del resultado de ejercicio 2009, siendo ratificado en la posterior Junta General de Accionistas del 14 de abril de 2010, por importe de 48.440 miles de euros. El dividendo fue desembolsado el 10 de marzo de 2010 y supuso 0,20 euros brutos por acción, una rentabilidad del 2,1% y un pay-out del 100%.

Evolución Bursátil 24 junio 2004 / 30 diciembre 2010



En relación a 2010, el Consejo de Administración de Telecinco aprobó el día 23 de febrero de 2011 la propuesta de reparto de un dividendo bruto de 0,35 euros por acción con derecho a dividendo (siendo 0,25 euros el dividendo ordinario y 0,10 euros el dividendo extraordinario), para ser aprobada en la Junta General de Accionistas. Un reparto que supone una rentabilidad por dividendo del 4 % y un pay-out del 199 % del beneficio neto reportado. Un año más, el valor de la acción de Telecinco goza de una rentabilidad por dividendo de las más altas del Ibex.

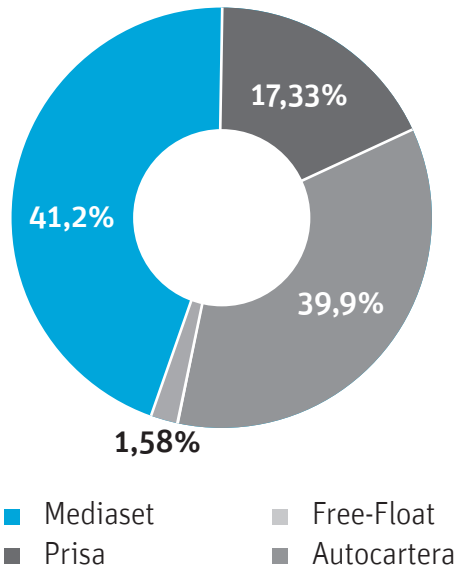


Estructura accionarial

Después de las dos ampliaciones de capital, de las cuales la segunda reservada al Grupo Prisa (17,3%), a 31 de diciembre de 2010, la sociedad MEDIASET INVESTIMENTI S.P.A (41,2%) es el accionista mayoritario de Telecinco. El capital queda así repartido:

Las acciones en autocartera suben en el ejercicio a un 1,58% respecto al nivel del cierre de 2009 debido al impacto de las ampliaciones de capital y a los ajustes de precios pactados con el Grupo Prisa en la adquisición de Sogecuatro. El restante 39,9% es capital en bolsa, *free-float*, mayoritariamente en poder de inversores estadounidenses e ingleses.

Estructura Accionarial



Gestión sostenible

El modelo de Responsabilidad Corporativa (RC) de Telecinco es la respuesta al modo en que la cadena concilia el desarrollo de su modelo de negocio y la gestión de los impactos sociales y ambientales que su realización conlleva.

En este sentido, la RC es la expresión de la manera en que Telecinco comprende y da respuesta a su entorno, ya sea desde el más inmediato espacio en que desarrolla sus actividades como a través de la gestión de las relaciones con sus empleados, accionistas, anunciantes, competencia, instituciones, administraciones y proveedores.

El modelo de gestión de la sostenibilidad es, por tanto, resultado de la adaptación de las buenas prácticas de RC y los estándares aceptados por Telecinco, y en concreto del Global Reporting Initiative (GRI), a las particularidades de negocio de la televisión comercial de información y entretenimiento.

De este modo, el reto de Telecinco ha sido conciliar su aspiración de convertirse en un referente en la gestión ética del negocio con identidad de cadena de información y entretenimiento. Esta misión exige un enfoque proactivo y adaptativo que está en la base del esfuerzo de la entidad por reflexionar acerca de la idea de qué significa ser responsable en un sector tan orientado al consumo de entretenimiento, pero en el que la capacidad de influencia y socialización son considerables.

Para contribuir a impregnar la organización de la cultura de responsabilidad, Telecinco dirige la gestión de la sostenibilidad desde la Dirección General Corporativa, en directa dependencia del Consejo de Administración, desde donde se llevan a cabo las tareas de coordinación de las áreas competentes en materia de responsabilidad corporativa. Esta estructura de gestión es un ejemplo de trasversalidad que, además, representa el compromiso de la dirección de Telecinco con la responsabilidad corporativa.

Relación con grupos de interés

En este contexto, la gestión de los impactos sociales y ambientales resulta un reto complejo pero apasionante que Telecinco afronta a partir de la pluralidad de relaciones que el Grupo mantiene con sus grupos de interés, entendidos éstos como todos aquellos colectivos que hacen posible su actividad empresarial o se ven afectados por ella. El siguiente cuadro sintetiza los grupos de interés identificados por Telecinco y los canales de comunicación empleados para relacionarse con cada uno de ellos.

Canales de comunicación con sus grupos de interés

EMPLEADOS	**Intranet corporativa:** Cinco.net **Portal del Empleado** **Buzón de sugerencias** **Tablones de anuncios** **Comités de Seguridad y Salud** **Departamento de RR.HH.**
ACCIONISTAS	**Reuniones periódicas con accionistas e inversores, presentación de resultados trimestrales** **Oficina del Accionista:** http://www.telecinco.es/inversores/es/contacto.shtml **Área de Relaciones con Inversores** Ctra. de Fuencarral a Alcobendas, nº 4 28049 - MADRID E-mail: inversores@telecinco.es **Teléfonos:** Accionistas: 91 358 87 17 Inversores: 91 396 67 83
ANUNCIANTES	www.publiesp.es **Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial** (AUTOCONTROL)
COMPETENCIA	**Unión de Televisiones Comerciales Asociadas** (UTECA) **Asociación de Televisiones Comerciales Europeas** (ACT) **Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación**
ADMINISTRACION	**Consejo Asesor para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información** (CATSI) **Plataforma Impulsa** **Comisión Nacional del Mercado de Valores** (CNMV) **Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones** (CMT)
ORGANIZACIONES SOCIALES	**Dirección General Corporativa** rc@telecinco.es

Continúa

PROVEEDORES	**Dirección de Área de Compras y SS. Generales** www.publiesp.es web de acceso privado para proveedores
AUDIENCIA	**www.telecinco.es** blogs, encuentros digitales, foros y encuestas de opinión
CON TODOS LOS GRUPOS DE INTERÉS:	**Informe de Responsabilidad Corporativa** http://www.telecinco.es/inversores/es/ Dirección General Corporativa E-mail: rc@telecinco.es

Participación en el desarrollo de políticas públicas

Telecinco es miembro del Consejo Asesor para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (CATSI), órgano del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio que aconseja al Gobierno en la materia; además, a través de la participación en la plataforma Impulsa, Telecinco ha participado en el proceso de acompañamiento y promoción de la transición hacia la TDT en España.

Participación en iniciativas de Responsabilidad Corporativa

Pacto Mundial

Desde 2007, el Grupo Telecinco asume su compromiso de apoyo al Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact), iniciativa internacional propuesta por Naciones Unidas dirigida a conseguir un compromiso voluntario de las entidades en temas vinculados a la responsabilidad corporativa, por medio de la implantación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción.

Para más información sobre el Pacto Mundial en España dirigirse a www.pactomundial.org

Carbón Disclosure Project

El Carbon Disclosure Project (CDP) es una iniciativa de Naciones Unidas lanzada en el año 2000, con el objetivo de aportar soluciones al cambio climático mediante la revelación de información relevante para la toma de decisiones de negocio, políticas y decisiones de inversión. CDP analiza las políticas y acciones de las mayores empresas del mundo en materia de cambio climático, aportando información relevante para uss 534 inversores institucionales, con activos por valor de 64 billones de dólares.

Las empresas participantes completan un cuestionario que posteriormente contribuye a generar los informes anuales sobre cómo han evaluado las mayores empresas del mundo, los riesgos y oportunidades asociados al cambio climático y cómo están adaptándose a los mismos.

En 2010, Telecinco ha participado en el proceso de consulta de CDP, reportando sus emsiones de gases de efecto invernadero e información relacionada al cambio climático, cuyos resultados se encuentran en el informe: "Carbon Disclosure Project 2010 España: las 85 mayores empresas por capitalización" accesible en: http://www.ecodes.org/docs/CDP10Spain.pdf

Inversión socialmente responsable

Un año más Telecinco forma parte del FTSE4Good Ibex, índice que revisa dos veces al año y reconoce los niveles de gestión medioambiental, de derechos humanos y política laboral, así como el cumplimiento de ciertos estándares en materia de condiciones de trabajo en la cadena de suministro, el rechazo de la corrupción, etc.

Por otra parte, Telecinco permanece en la Lista de Empresas elegibles para invertir de forma socialmente responsable elaborada por Triodos Bank.

En el año 2010 Telecinco entró a formar parte de las once empresas españolas incluidas en la lista de las cien más sostenibles del mundo de acuerdo con el ranking Global 100 Sustainable Performance Leader que elabora anualmente la firma americana CDR Analytics.

Participación en el grupo de trabajo de GRI

En 2009 se estableció el grupo de trabajo para elaborar una guía sectorial para medios de comunicación, que recoja los principios de sostenibilidad de Global Reporting Initiative. Este grupo de trabajo está conformado por nueve grupos de comunicación internacionales- entre los cuales está Telecinco, ocho ONG dedicadas a velar por las condiciones laborales de los profesionales del sector, el programa de Estudios de Periodismo de la Fundación Javierana y las Fundaciones AVINA Colombia y Nuevo Periodismo Iberoamericano.

Durante el año 2010 se han celebrado reuniones en New York (sede de Riskmetrics), Paris (sede de Vivendi), Berlín (sede de Bertelsmann), en las que se han definido los principales indicadores y se ha sometido a una primera consulta pública, tras la que se incorporaron al borrador los comentarios recibidos. En la última reunión del grupo, se continuó con la definición de indicadores fijando objetivos concretos, estando el proceso actualmente en fase de una segunda consulta pública.

FTSE4Good

CARBON DISCLOSURE PROJECT

Buen Gobierno

Los esfuerzos realizados por Telecinco para alinear sus reglamentos y gestión del gobierno corporativo a las recomendaciones establecidas por el Código Unificado de Buen Gobierno se han visto reconocidos, entre otros, por el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa, quien sitúa a Telecinco a la cabeza de las empresas del IBEX-35 en materia de cumplimiento de Gobierno Corporativo. El estudio ha valorado positivamente el esfuerzo realizado por Telecinco en la transparencia de la información facilitada cada año sobre Gobierno Corporativo, y en el grado de cumplimiento de las recomendaciones del Código Unificado.

Fruto de los profundos y sustanciales cambios que ha venido realizando Telecinco en su estructura, reglamentación y modo de informar a sus accionistas, la buena gestión en temas de gobierno corporativo se encuentra plenamente consolidada.

Por otro lado, continúa siendo destacable la práctica pionera entre las empresas del IBEX llevada a cabo por Telecinco desde 2009, de someter a verificación externa independiente, el Informe Anual de Gobierno Corporativo.

El máximo órgano de decisión de la sociedad es el Consejo de Administración, que cuenta con todas las competencias necesarias para su administración, y delega en la Comisión Ejecutiva, el Comité de Auditoría y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, la gestión ordinaria de las actividades.

En 2010, la entrada del Grupo Prisa en el accionariado de Telecinco como consecuencia de la integración de la sociedad gestora del canal de televisión en abierto "Cuatro" en el capital de Telecinco, suponía un aumento del tamaño del Consejo de Administración, fijado en quince miembros, para dar cabida a dos nuevos consejeros dominicales representativos del nuevo accionista. Esta incorporación ponía en riesgo el cumplimiento de la recomendación que hace referencia al tamaño del Consejo de Administración. Así, y tras las recomendaciones de la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, en marzo de 2010 se produjo la dimisión de uno de los consejeros ejecutivos; paralelamente y a la vista de que varios cargos se encontraban caducados, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones consideró como opción más conveniente no renovar al consejero que no formaba parte de ninguna de las Comisiones. Este esfuerzo de la compañía ha permitido mantener el número de consejeros en quince armonizando así el cumplimiento de la recomendación con las obligaciones impuestas por la mencionada integración y seguir cumpliendo no sólo en cuanto al número adecuado de consejeros sino también en el equilibrio en las categorías, dado que a día de hoy los consejeros independientes en Telecinco siguen representando el 33,33%. Señalar que el Presidente del Consejo de Administración es también independiente.

La presencia femenina en el Consejo no se ha visto modificada, contando desde 2009 con la participación de Doña Helena Revoredo Delvecchio como consejera independiente.

Entre los aspectos que recoge el Reglamento del Consejo destacan: la limitación del mandato para los consejeros independientes, fijada ésta en 12 años; el límite de edad en la que los consejeros deberán poner su cargo a disposición del Consejo de Administración, fijándose éste en ochenta años a partir de la modificación, por unanimidad, de su artículo 14-3.a); la obligación de los consejeros de informar al Consejo de Administración de las causas penales en las que aparezcan como imputados y del desarrollo de las mismas así como la de comunicar a la Comisión de Nombramientos y Retribuciones sus restantes ocupaciones profesionales incluyendo el resto de Consejos de Administración en los que participe.

Por otra parte destacan las medidas encaminadas hacia una mayor participación de los accionistas, a través del derecho de asistencia a la Junta General si se cuenta con una acción con derecho a voto; mediante la posibilidad de representación, delegación y fraccionamiento de voto, así como de los canales establecidos para facilitar la participación, como ha sido la habilitación de un Foro Electrónico de Accionistas.

En lo que respecta al ámbito competencial del Consejo de Administración, se reserva a su conocimiento exclusivo, sin que puedan delegarse en ningún otro órgano de decisión, entre otras, las siguientes materias: (i) aprobación de los presupuestos anuales y del plan estratégico, (ii) la supervisión de la política de inversiones y financiación y de la estructura societaria del Grupo Telecinco, (iii) la aprobación de la política de gobierno corporativo, (iv) la supervisión de la política de Responsabilidad Corporativa, (v) la aprobación de la política retributiva de los consejeros ejecutivos y las principales condiciones que deben respetar sus contratos, (vi) la evaluación del desempeño de los consejeros ejecutivos, (vii) el seguimiento de la política de control y gestión de riesgos así como de los sistemas internos de información y control.

En materia de retribuciones, desde 2007 Telecinco formula y presenta a la Junta General de accionistas un Informe sobre la política retributiva de sus consejeros, preparado por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, facilitando información desglosada y pormenorizada de las retribuciones percibidas por los consejeros que incluye una descripción detallada e individualizada de todas las cantidades percibidas durante el ejercicio de reporte, detallando remuneraciones, dietas, remuneraciones adicionales percibidas, aportación a planes de pensiones y demás conceptos especificados en el Informe Anual de Gobierno Corporativo.

El informe también contiene información sobre el sistema de retribución que determinará las remuneraciones de los consejeros durante el ejercicio 2011, así como datos de los ejercicios 2008 y 2009. Se ha ampliado la información que se recoge en el Informe, incluyendo estructura y cuantía de los altos directivos de Telecinco y de las principales sociedades de su Grupo. Esta información se pone a disposición de los accionistas a partir de la fecha de publicación de la convocatoria a la Junta General, siendo accesible a través de la web o solicitando el envío gratuito de una copia impresa, y se somete a votación anualmente en la Junta General de accionistas.

La información sobre gobierno corporativo puede encontrarse con más detalle en el Informe Anual de Gobierno Corporativo (IAGC) de 2010, disponible a través de la página web de Telecinco (http://www.telecinco.es/inversores/es/); información que ha sido verificada por PwC.

Capital Social

Fecha de última modificación	29/12/2010
Capital social (€)	203.430.713
Número de acciones	406.861.426
Número derechos de voto	406.861.426

Titulares directos e indirectos de participaciones significativas, excluídos los consejeros

Denominación	% Directo	% Indirecto	% Total
BERLUSCONI ,SILVIO	0,000	41,552	41,552
PROMOTORA DE INFORMACIONES, S.A.	0,000	17,336	17,336
TWEEDY BROWNE COMPANY LLC	0,000	4,408	4,408
FMR LLC	0,000	2,487	2,487

(*) Uno de los principales cambios ocurridos durante el 2010 ha sido la incorporación del grupo Prisa al accionariado de Telecinco, con un 17,336% y la variación en la participación de Mediaset Investimenti, SPA que ha pasado de ser accionista mayoritario a ser titular de un 41,552% del capital social de Telecinco.

Estructura de Administración de la Sociedad

D. Alejandro Echevarría Busquet	Independiente	Presidente
D. Paolo Vasile	Ejecutivo	Consejero Delegado
D. Giuseppe Tringali	Ejecutivo	Consejero Delegado
D. Massimo Musolino	Ejecutivo	Vocal
D. Pier Silvio Berlusconi	Dominical	Vocal
D. Marco Giordani	Dominical	Vocal
D. Alfredo Messina	Dominical	Vocal
D. Giuliano Adreani	Dominical	Vocal
D. Fedele Confalonieri (*)	Dominical	Vocal
D. Manuel Polanco Moreno (*)	Dominical	Vocal
D. Juan Luis Cerbrián Echarri	Dominical	Vocal
D. Angel Durández Adeva	Independiente	Vocal
D. Borja de Prado Eulate	Independiente	Vocal
D. José Ramón Alvarez-Rendueles	Independiente	Vocal
Doña Helena Revoredo Delvecchio	Independiente	Vocal

(*) Los Sres. Confalonieri y Polanco fueron nombrados Vicepresidentes del Consejo de Administración a principios del año 2011.

Comisiones del Consejo de Administración y sus miembros

Comisión Ejecutiva

D. Alejandro Echevarría Busquet	Presidente	Independiente
D. Paolo Vasile	Vocal	Ejecutivo
D. Giuseppe Tringali	Vocal	Ejecutivo
D. Fedele Confalonieri	Vocal	Dominical
D. Giuliano Adreani	Vocal	Dominical
D. Borja Prado Eulate	Vocal	Independiente
D. José Ramón Alvarez-Rendueles	Vocal	Independiente

Comisión de Auditoría y Cumplimiento

D. José Ramón Alvarez-Rendueles	Presidente	Independiente
D. Angel Durández Adeva	Vocal	Independiente
D. Fedele Confalonieri	Vocal	Dominical
D. Giuliano Adreani	Vocal	Dominical
D. Marco Giordani	Vocal	Dominical
D. Alfredo Messina	Vocal	Dominical

Comisión de Nombramientos y Retribuciones

D. Borja Prado Eulate	Presidente	Independiente
D. Fedele Confalonieri	Vocal	Dominical
D. Giuliano Adreani	Vocal	Dominical
D. Angel Durández Adeva	Vocal	Independiente

Sistemas de control del riesgo

El Sistema de Gestión de Riesgos de Telecinco, implantado en 2007, está basado en el Enterprise Risk Management (ERM) del Comimitte of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO II) y establece un conjunto de reglas, procedimientos y una estructura organizativa enfocada a la gestión de la empresa sana, correcta y coherente con los objetivos prefijados.

Este sistema de gestión de riesgos tiene como finalidad la identificación, control y gestión de los riesgos que puedan afectar al cumplimiento de los objetivos prefijados. Además, permite valorar el impacto en euros de cada uno de los riesgos identificados, la probabilidad de ocurrencia y el grado de control existente sobre cada uno de ellos.

Como parte del sistema de riesgos destaca la **Política de Gestión Integral de Riesgos Corporativos** con los siguientes objetivos específicos:

- Velar por la eficacia y por la eficiencia de las operaciones.
- Proteger los activos del Grupo.
- Garantizar la fiabilidad e integridad de la información financiera.
- Cumplir con la legislación, la normativa y los contratos aplicables.

Con carácter general, y como parte esencial de los controles financieros, Telecinco somete su información financiera y sus cuentas anuales a la revisión por parte de una firma de auditoría externa de reconocido prestigio.

Desde el punto de vista de riesgos, durante el año 2010 Telecinco, a través de la Dirección de Auditoría Interna, efectuó un análisis detallado sobre los riesgos que potencialmente pudieran afectar al cumplimiento de los objetivos definidos por la empresa.

A continuación se destacan las principales conclusiones:

- Telecinco ha incrementado su nivel de riego aceptado con respecto a 2009 derivado de la actual crisis mundial y la excesiva dependencia de las decisiones de las autoridades administrativas.
- El negocio de la televisión sigue siendo altamente competitivo tanto desde el punto de vista de las audiencias como de los ingresos presupuestarios.
- Los principales riesgos de Telecinco son el riesgo de crédito, el riesgo de liquidez y el riesgo de mercado.
- Existen riesgos derivados de la participación de Telecinco en Endemol y de la compra de deuda de dicha productora
- Con los avances tecnológicos, durante el año 2010 se ha incrementado el riesgos de piratería al haberse permitido la distribución ilícita, la comunicación pública y la puesta a disposición a través de internet de contenidos emitidos por televisión y de obras cinematográficas con derechos de explotación propiedad de Telecinco.
- Durante el año 2010 Telecinco identificó riesgos asociados a la operación de adquisición por parte de Telecinco, del Canal de Televisión en abierto Cuatro, así como una participación del 22% en el capital de DTS Distribuidora de Televisión Digital S.A.

La Dirección de Auditoría Interna elabora el Plan Anual de Auditoría, el cual se presenta para su discusión y aprobación a los Consejeros Delegados y posteriormente a la propia Comisión de Auditoría para su explicación y aprobación. Por su parte, la Comisión de Auditoría y Cumplimiento se reunió durante 5 ocasiones para contribuir en la presentación de información financiera del Grupo.

Durante 2010, la Dirección de Auditoría dedicó el 45% de horas a la realización de auditorías operativas, un 30% de horas a la realización de auditorías de cumplimiento y el 25% a la evaluación y revisión de los riesgos.

Asimismo, la Dirección de Auditoría Interna y un grupo de especialistas de la firma de auditoría efectuaron una revisión del entorno de control y seguridad de los sistemas de información. En este ámbito conviene destacar la obtención de la Certificación en Sistemas de Información y Riesgos de Control (CRISC™).

Siguiendo las indicaciones del principal accionista, Mediaset, se llevó a cabo una revisión de los procesos relacionados con el reporting financiero para lo cual se analizaron los controles relativos al reporting de las cuentas anuales a 31/12/2009 y las semestrales a 30/06/2010. De forma adicional cabe destacar que la Dirección de Autoría Interna se reunión en 3 ocasiones con el Comitato per il Controlo Interno y el Collegio Sindicale del Gruppo Mediaset para la presentación del Plan Anual de Auditoría y para la revisión de su grado de cumplimiento.

En el ámbito del cumplimiento de las recomendaciones de Gobierno Corporativo, durante 2010 se inicio el proyecto siguiendo lo establecido en la "Guía de recomendaciones sobre el Sistema de Control Interno de la Información Financiera (SCIIF) en entidades cotizadas emitida por la CNMV.

El proyecto, impulsado por la Comisión de Auditoría y Cumplimiento está dividido en las siguientes fases:

- **Fase I:** Diagnóstico de la situación actual
- **Fase II:** Diseño y desarrollo del modelo de istema de control interno sobre la información financiera (SCIIF)
- **Fase III:** Implantación del modelo

A través de los procedimientos establecidos para cubrir determinadas áreas de gestión, los Reglamentos del Consejo de Administración y de las Comisiones Delegadas de dicho consejo, el Reglamento Interno de Conducta de Gestevisión Telecinco, S.A. y su Grupo de Sociedades en su Actuación en los Mercados de Valores, los convenios colectivos, se establecen las medidas necesarias para evitar la corrupción, así como las medidas sancionadoras o disciplinarias en caso de que se produzcan.

Los procedimientos descritos son de obligado cumplimiento, y establecen responsabilidades en las áreas involucradas; la Dirección de Auditoría Interna mediante la realización de auditorías periódicas verifica su cumplimiento.

En cuanto al fraude, se encuentra en fase de borrador el procedimiento para evitarlo, y por consiguiente, el desarrollo del canal anónimo de denuncias se encuentra supeditado a su aprobación final, la cual se espera para principios de 2011.

Procedimiento de Adquisiciones	**Procedimiento viajes y gastos de desplazamiento**	**Procedimiento control mobiliario y material diverso**
Procedimiento de compra de derechos	**Procedimiento provisiones de fondos**	**Proceso gestión operativa de campañas**
Procedimiento de funcionamiento del Comité de Adquisiciones y Ventas	**Procedimiento solicitud material para el puesto de trabajo**	**Proceso resolución incidencias clientes**
Procedimiento de firma de contratos	**Procedimiento devolución activos**	**Procedimiento tratamiento órdenes publicidad**
Procedimiento de uso del correo electrónico e internet	**Procedimiento control bienes materiales**	

Finalmente, Telecinco pone un especial acento en el cumplimiento de derechos humanos y de forma especial, de los derechos de la infancia. En este sentido, Telecinco aplica al 100% la ley de Prevención de Derechos Laborales en materia de protección de menores en el trabajo. En concreto, la intranet de Telecinco facilita a sus empleados un Dossier y una Nota Informativa relativas al trabajo con menores y a la participación de menores en producciones de Televisión y en las que se establecen los principios y recomendaciones que deben servir para preservar los derechos laborales de los menores y el resto a unas condiciones laborales de acuerdo con la legislación española.

En cuanto a la formación en materia de Derechos Humanos del personal de seguridad subcontratado por el Grupo Telecinco, éstos cuentan con la titulación oficial de Vigilante de Seguridad, que incluye un módulo formativo sobre Derechos Humanos (Área Socio-profesional; Deontología profesional, ética y conducta del personal de seguridad). A su vez, están obligados a realizar un curso de reciclaje anual que incluye también formación en dicha área.

Si bien Telecinco toma todas las medidas posibles para garantizar una gestión responsable tanto de contenidos como de publicidad emitidos, hay situaciones en las que los procedimientos establecidos no han podido contrarrestar posibles situaciones de incumplimiento.

A continuación se detallan los expedientes sancionadores incoados en 2010:

GUIAS DE ACTUACIÓN

- Normativa sobre cuotas de emisión europea (Directiva 89/552/CEE
- Código Unificado de Buen Gobierno
- Garantía de Adjudicación de Espacios
- Acuerdo de Procedimiento para la Comercialización y la Gestión de Espacios Publicitarios en Televisiones Generalistas
- Acuerdo de Buenas Prácticas en Materia Publicitaria
- Ley General de Comunicación Audiovisual
- Ley del Cine
- Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia
- Código de conducta publicitaria
- Código de Autorregulación de la Publicidad de Alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud (Código PAOS)
- Código ético de comercio electrónico y publicidad interactiva (Confianza online)
- Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas

AE/TV/ 1/2010: publicidad ilícita pocker	**Resolución:** 316.740 €
AE/TV/ 11/2010: exceso publicitario	**Resolución:** 313.290 €
AE/TV/ 18/2010: exceso publicitario	**Resolución:** 637.515 €
AE/TV 24/10: contenido de menores. "I LOVE TV"	**Propuesta de resolución:** 89.000 €
AE/TV 26/10: exceso publicitario	**Incoación expediente sancionador-** propuesta de resolución pendiente
AE/TV/ 23/2010: modificación en la programación	**Propuesta de Resolución:** 210.000 €
PS/00222/2010 ley de servicios de la sociedad de la información (LSSI)	**Resolución:** 50.000 €

Gestión de la cadena de suministro

En 2010, Telecinco ha avanzado en su promoción de la sostenibilidad a través de la cadena de suministro, contemplando así uno de los temas fundamentales de las prácticas justas de mercado destacado en la nueva ISO 26000.

Con la finalidad de mejorar su desempeño social, ético y ambiental a la vez que promover la sostenibilidad en su cadena de suministro, Telecinco ha introducido una cláusula en los contratos con sus proveedores por la cual éstos se comprometen a: respetar los derechos laborales y sindicales de sus trabajadores, no utilizar mano de obra infantil, rechazar cualquier clase de trabajo forzoso, prohibir cualquier tipo de discriminación, cumplir con la legislación en materia de prevención de riesgos laborales, velar por la seguridad de sus trabajadores en el ejercicio de sus obligaciones profesionales y prohibir expresamente cualquier comportamiento que implique corrupción, soborno o extorsión.

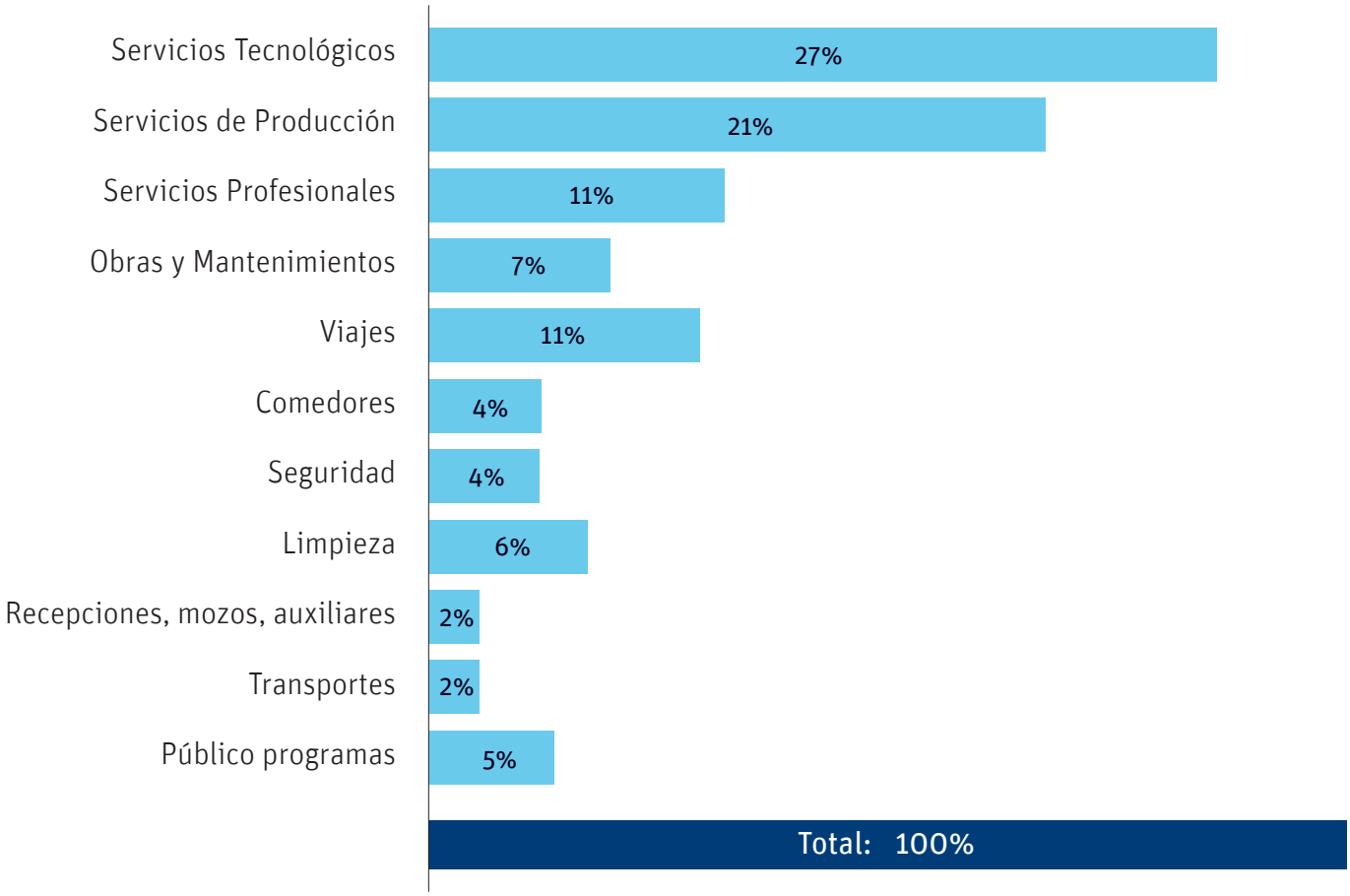
A su vez, el adjudicatario declara respetar la legislación medioambiental y fomentar el uso eficiente de los recursos limitados tales como la energía, el agua y las materias primas, en el desempeño de su actividad.

En cuanto a la gestión responsable de las productoras, uno de los objetivos de Telecinco es garantizar la máxima sintonía de sus criterios en materias sociales, medioambientales y de compromiso con los derechos humanos, que imperan en los contenidos de la cadena, con aquellos que preparan las productoras. Este mensaje se transmite a través de numerosas reuniones con éstas además de la intensa colaboración de Telecinco con las productoras durante todo el proceso creativo y el desarrollo de los proyectos. Todo ello se materializa en el contrato que se firma entre Telecinco y las productoras.

El 100% de las productoras con las que trabaja Telecinco tiene base de operaciones en España, independientemente de que en algunos casos tengan el accionariado principal en otro país de la esfera occidental (como Magnolia en Italia).

En el caso de los proveedores de derechos de emisión de contenidos, un 66% de éstos son proveedores extranjeros de los cuales un 65% están instalados en Europa, un 30% en EE.UU y un 4% en México.

Tipología de proveedores



Telecinco ha introducido una cláusula en los contratos con sus proveedores para garantizar que éstos se comprometen a respetar los derechos humanos, laborales y sindicales, entre otros asuntos.

Protección de datos

Adicionalmente, el esfuerzo de Telecinco ha sido reconocido con una Mención especial en la Memoria del Defensor del Pueblo, sobre la iniciativa conjunta entre Telecinco y la AEPD: "...En lo tocante a las campañas realizadas para difundir los riesgos de las redes sociales [...]

El esfuerzo de los profesionales que forman parte de la Unidad de Protección de Datos (abogados, informáticos, ingenieros y auditores), dependiente de la Secretaría General de Telecinco se ha visto recompensada con una importante concienciación de las distintas áreas de las compañías implicadas.

De entre las muchas iniciativas y aspectos llevados a cabo por la Unidad de Protección de Datos, durante el ejercicio 2010, las medidas que se relacionan a continuación son un reflejo de la exquisitez en el tratamiento de datos de carácter personal, en cuanto a cumplimiento regulatorio y atendiendo a su seguridad en todo momento:

Más allá del cumplimiento de las medidas regulatorias:

Servicio al ciudadano atendiendo solicitudes de los derechos de acceso, rectificación y cancelación. Las estadísticas de la atención de estos derechos han sido:

Alrededor de 1.000 solicitudes atendidas por correo electrónico, ordinario y correo administrativo, que han supuesto la baja o modificación de datos personales (correos electrónicos, nicks, participaciones en foros, números de teléfono)

Programa de concienciación con los distintos departamentos y empresas.

Celebración periódica de reuniones de concienciación y puesta en común de aspectos relacionados con la protección de datos y cumplimiento con diferentes departamentos de las compañías del grupo.

Publicación en la intranet corporativa de Información y guías útiles para empleados y familiares. Entre otras:

- Activación configuración Control Parental de los navegadores de Internet
- Guía de Menores en Internet
- Recomendaciones de Protección de Datos para Padres
- Guía Protección Datos Personas Mayores

Realización de **campañas de recuerdo** en el modus operandi del personal, vía telemática por correo electrónico y a través de la intranet, donde los empleados también pueden encontrar la "Guía básica de protección de datos de carácter personal".

Seguridad e Integridad de la información

- Consecución de proyecto de consolidación y virtualización de toda la infraestructura de servidores informáticos, dotando a la compañía de alta disponibilidad para todos sus sistemas IT.
- Ejecución de pruebas de vulnerabilidad de las redes externas y de servicios web de la compañía.
- Ejecución de plan para la automatización de las revisiones de usuarios, ficheros de log de equipos y documentación relativa a la Privacidad de Datos.

Compra de Cuatro

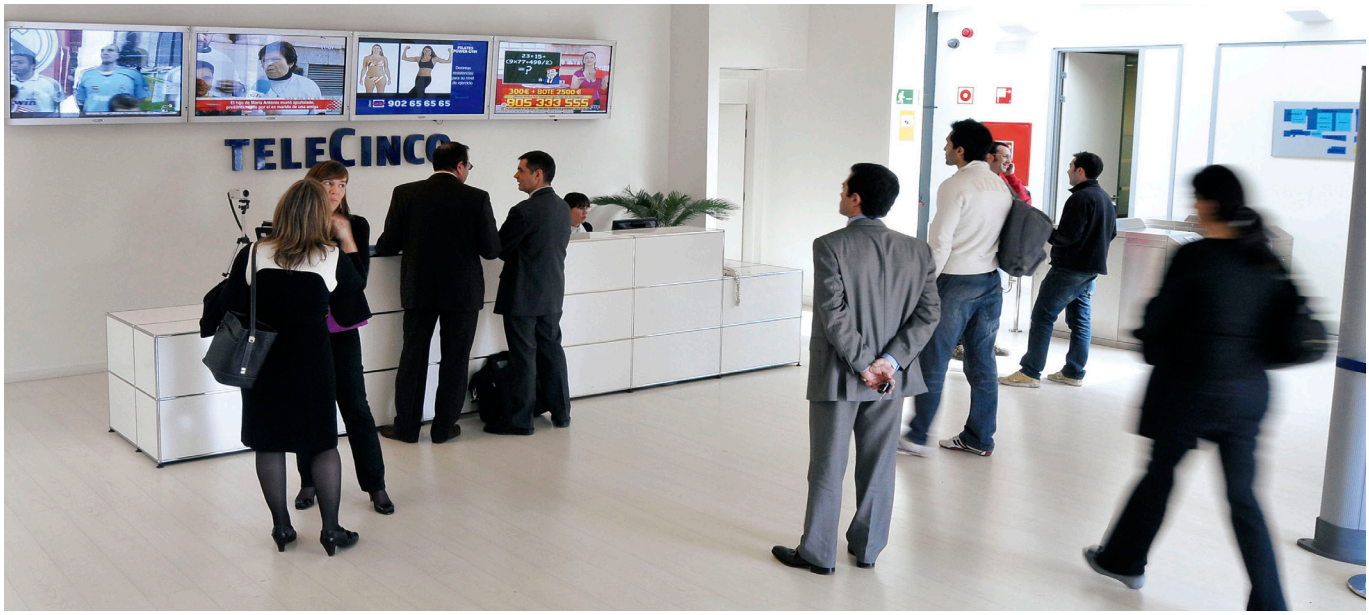
Análisis previo de la situación en materia de protección de datos de las cuatro nuevas empresas que, a partir del 28 de diciembre de 2010, pasan a formar parte del grupo Telecinco (Sociedad General de Televisión Cuatro, S.A.U., Sogecable Media, S.L.U, Sogecable Editorial, S.L.U. y Compañía Independiente de Noticias de Televisión, S.L.U), así como la implantación de criterios unificados en la gestión de los archivos titularidad de dichas empresas e implementación de las primeras medidas de adecuación a las medidas existentes en las demás empresas del grupo. Los aspectos primordiales estaban ajustados ya en los días siguientes del comunicado oficial de la operación de compra.

La máxima de la Unidad de Protección de Datos es que se perciba su función como una necesidad llevada a cabo por los trabajadores de las empresas del Grupo, pero muy beneficiosa para los usuarios, telespectadores y clientes. Se aplica la estricta política de protección de datos también a los proveedores que puedan llegar a acceder a datos de carácter personal titularidad de cualquiera de las empresas del grupo Telecinco.

Gestionando de modo responsable los datos de carácter personal con la implicación de la totalidad del equipo profesional.

Y el esfuerzo de Telecinco ha sido reconocido con una Mención especial en la Memoria del Defensor del Pueblo, sobre la iniciativa conjunta entre Telecinco y la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD): *"...En lo tocante a las campañas realizadas para difundir los riesgos de las redes sociales [...] Merece una referencia especial el acuerdo firmado entre la Agencia Española de Protección de Datos y una cadena de televisión por el que ésta dedicó su iniciativa solidaria y de concienciación social "12 meses, 12 causas", durante un mes, a abogar por el derecho a la privacidad y protección de datos personales."*

Junto con la mención del Defensor del Pueblo y el premio 2010 que anualmente concede la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) por su campaña de concienciación "Por la privacidad y protección de datos" de "12 meses, 12 causas", un abanico de reconocimientos refuerzan la importancia de la gran labor de la Unidad de Protección de Datos que está realizando en la materia.



Contenidos

13:25:42
12:25:42 GMT
PGM LaSiete
16:9 ON AIR LaSiete
16:9 Retorno LaSiete
PGM T5 CANARIAS
PROC T5 CANARIAS
CONM T5 CANARIAS
HISPASAT T5 CANA
ON AIR BOING
4:3 f Retorno BOING
PGM CUATRO
PROC CUATRO
CONM CUATRO
16:9 RETORNO CUATRO
SUBTITULOS T5
PGM T5 PENINSULA
LINEA PPAL
PROC T5 PENINSUL
CONM T5 PENINSUL
IRD 1260 OUT MUX
LINEA RSVA
HISPASAT T5 PENI
16:9 RETORNO T5 PENI
PGM DIVINITY
ON AIR DIVINITY
PGM FDF
IN ENC PPAL HD
IN ENC RSVA HD

La responsabilidad social de una cadena televisiva tiene un reflejo claro en la forma en la que ésta aborda los contenidos. Así, por un lado, es preciso considerar qué contenidos son destacables desde el punto de vista de su impacto social y ambiental y, por otro, resulta clave analizar la forma en la que se traslada este compromiso social a través de los contenidos, es decir, qué instrumentos se emplean para difundir esos contenidos y a través de qué medios.

Existe, por tanto, un contexto complejo a considerar y un doble criterio, temático y de enfoque, a tener en cuenta para el análisis de los contenidos de Telecinco en materia de Responsabilidad Corporativa. En todo caso, es indudable la capacidad de influencia de las televisiones en el traslado de valores cívicos, en los hábitos de consumo, en el fomento de la diversidad cultural, etc.

Teniendo en cuenta las particularidades del modelo de gestión de Responsabilidad de Telecinco es esencial distinguir el análisis de contenidos desde un doble enfoque:

1. En primer lugar, durante el año 2010 Telecinco se comprometió socialmente mediante la emisión de contenidos concretos de elevado impacto social, a través de campañas específicas y programas cuya finalidad fue el fomento de valores sociales y sostenibles.
2. En segundo lugar, gestionó responsablemente sus contenidos dando cobertura informativa a asuntos de interés social, permitiendo la accesibilidad de todos a los contenidos y asegurando el cumplimiento de los estándares éticos suscritos por Telecinco.

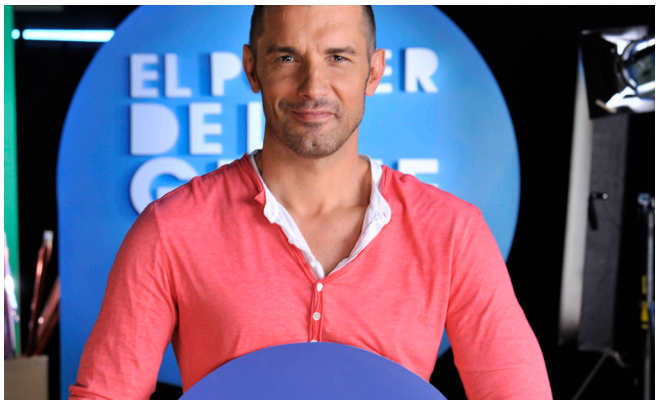
La programación de contenidos responsables

La programación responsable de Telecinco gira en torno a dos campañas clave, la histórica "12 meses, 12 causas" y su heredera "El poder de la gente. A continuación se detalla las características de cada una de ellas:

"12 meses, 12 causas", una iniciativa solidaria en constante evolución"

Esta iniciativa de Telecinco ha experimentado durante el año 2010 un proceso de cambio que trajo consigo el lanzamiento de "El poder de Jun", basada en un spot institucional que amplificaba la iniciativa de los habitantes de un pueblo de Granada que habían conseguido ahorrar dinero municipal en la decoración navideña para utilizarlo en la creación de nuevos puestos de trabajo.

Esta pequeña-gran causa fue el detonante que puso en marcha EL PODER DE LA GENTE, un desarrollo de "12 meses, 12 causas" adaptado a los nuevos tiempos, una llamada a la acción, una fuente de inspiración y un catalizador de las buenas intenciones de las personas anónimas que han encontrado soluciones para resolver sus problemas y ayudar a solucionar los de los demás. Telecinco ha materializado este proyecto en una red social y en una serie de spots institucionales para amplificar el impacto de las ideas más sugerentes propuestas por todos aquellos que han creído en su poder de ayuda.



EL PODER DE LA GENTE, una red social solidaria donde las buenas ideas encuentran desarrollo y proyección

De este modo, en 2010 las iniciativas solidarias de Telecinco no las ha determinado el número de meses del año, sino todas las ideas individuales susceptibles de ponerse en marcha, con el apoyo de algunos de los comunicadores más emblemáticos de la cadena y con mayor capacidad de llegar a los espectadores, como **Pilar Rubio** (ver video), **Jesús Vázquez** (ver video), **Cristian Gálvez** (ver video), **Sara Carbonero** (ver video), **Mercedes Milá** (ver video) y **Ana Rosa Quintana** (ver video). Todos ellos prestaron su imagen y sus voces en una campaña institucional compuesta por un total de seis piezas protagonizadas por cada uno de ellos con el fin de acercar el espíritu del proyecto a los espectadores de Telecinco y LaSiete bajo conceptos como **"Tú puedes cambiar las cosas"; "que tu idea sirva para inspirar a otros" y "tú ganas, yo gano"**, entre otros.

La crisis económica ha instaurado un nuevo orden en la sociedad a lo largo de 2010 y conceptos como consumo, necesidad, solidaridad y felicidad han cambiado su significado. Las escalas de valores se han modificado, el ingenio de las personas se ha afinado para poder tomar las riendas de su futuro y salir adelante. Consciente de que miles de buenas ideas se pierden al no encontrar proyección, de que se quedan en algo pequeño cuando podrían ser algo grande, de que la unión hace la fuerza y de que ésta reside en la gente, Telecinco ha lanzado un desafío a la sociedad, apelando a la imaginación de las personas que no cierran los ojos ante lo que ocurre a su alrededor y otorgándoles la palabra.

La página web de EL PODER DE LA GENTE (www.elpoderdelagente.es) ha sido durante 2010 la plataforma de esta iniciativa, planteada como una red social a la que cualquiera pudiera unirse para formar parte del proyecto. Aprovechando las herramientas que proporcionan las nuevas tecnologías, la cadena ha brindado la posibilidad a todas las personas de exponer sus ideas solidarias, conocer las de los demás, comentarlas, votarlas, unirse a ellas e inspirarse en las diferentes propuestas para poner en marcha una idea semejante en el ámbito de actuación de cada cual.

La iniciativa de EL PODER DE LA GENTE ha sido impulsada asimismo al ámbito internacional mediante la inclusión de páginas y grupos en redes sociales como Facebook, donde cuenta con casi 11.000 fans, y Twitter.

De entre las casi 900 ideas recibidas en 2010, Telecinco ha escogido una serie de ellas para materializar su esencia en diversos spots institucionales a través de los cuales la cadena ha introducido diversas causas en los hogares de toda España con el fin de inspirar a quienes quieran emprenden proyectos solidarios similares.

Los spots emitidos en 2010:

• "El poder de Jun", un ejemplo de sostenibilidad y solidaridad (ver video)

Evitar el gasto derivado de la decoración navideña de las calles manufacturando los adornos con materiales reciclables para destinar la cantidad ahorrada a ofertar puestos de trabajo. Ésta es la idea en la que han participado los vecinos del pueblo granadino de Jun y que Telecinco ha mostrado a los espectadores en el spot institucional "El poder de Jun". Solidaridad, sostenibilidad, generosidad, compañerismo e ilusión son los valores que han movido a la cadena a estrenar esta campaña durante la pasada Navidad, mostrando todo un ejemplo a seguir.

• "El poder de Marta", compartir su coche (ver video)

La gasolina, cara; el aparcamiento, escaso; el trayecto, aburrido... Llegó un momento en que Marta sólo veía desventajas a la hora de ir en coche a la Universidad y no dudó en poner en marcha su poder. A través de Internet, contactó con otros alumnos que hacían un trayecto similar en su vehículo y, desde entonces, cada semana se turnan para ir juntos en el mismo coche. Una solución más económica, ecológica y amena que compartieron con Telecinco a través de una campaña protagonizada por ella misma.

• "El poder de Jose", un huerto en la ciudad para sentirse útil de nuevo (ver video)

Tras la jubilación, los días comenzaron a ser largos para Jose. ¿Cómo podría llenar su tiempo? ¿Qué podía hacer para dar salida a su energía? Y en su vida apareció un nuevo "trabajo" que le brinda ilusión, ejercicio físico, entretenimiento, una alimentación más sana y una forma de ahorro: un huerto urbano. Su iniciativa sirvió a partir de entonces para persuadir a algunos amigos y vecinos que hoy en día mantienen seis huertos en una parcela vacía cedida por el Ayuntamiento de Barcelona.

• "El Poder de Pescueza", ejemplo de repoblamiento rural con la colaboración de Mercedes Milá (ver video)

"Si queremos, podemos" es el lema del Ayuntamiento y los habitantes de Pescueza (Cáceres) que motivó a Mercedes Milá y a Telecinco a apoyar su iniciativa de repoblamiento rural con una campaña institucional que mostraba las oportunidades que ofrece el medio rural frente al medio urbano y en la que un vecino de la localidad explicaba que "hay mucha gente que está apostando por los pueblos porque hay vida, porque se vive mejor y porque ahora, con las nuevas tecnologías, es más fácil trabajar desde casa".

• "El Poder del Parado", consejos, información y ayuda al desempleado (ver video)

Ayudar e informar a todas las personas desempleadas con consejos, información, foros de opinión, ayuda psicológica, entrevistas y reportajes desde un punto de vista muy positivo, pero a la vez muy realista, constituye la filosofía de "El rincón del parado", una página web convertida punto de encuentro de las personas en paro y en la iniciativa popular más votada de EL PODER DE LA GENTE.

Preguntas comprometidas en una entrevista de trabajo, ideas para emprendedores, claves para entender la crisis y datos sobre los cursos gratuitos para desempleados en cada una de las comunidades autónomas son algunas de las informaciones que aglutina "El rincón del parado" (www.elrincondelparado.com), que también cuenta con espacios y seguidores en redes sociales como Facebook y Twitter.

• "El Poder de intercambiar" y dar nueva vida a los objetos en desuso (ver video)

El trueque es tan antiguo como la Humanidad, y el pasado año volvió a estar más vigente y útil que

nunca, motivo que impulsó a EL PODER DE LA GENTE a dedicar una campaña específica para mostrar la oportunidad al alcance de todos de ofrecer a los demás aquellos objetos que ya no necesitamos, a cambio de otros que sí que nos pueden venir bien, todo ello de forma gratuita.

•"El Poder del tiempo" para compartir conocimientos (ver video)

El renacimiento del trueque en el seno de EL PODER DE LA GENTE llevó a sus usuarios a plantear una vuelta de tuerca al concepto, pasando del canje de objetos al intercambio de tiempo, un bien bastante escaso en la sociedad actual. Por aclamación popular surgió la campaña "Banco de tiempo", un proyecto particular sin ánimo de lucro mediante el cual las personas ceden periódicamente una hora de su tiempo para intercambiar conocimientos o servicios, partiendo de la base de que cualquiera tiene algo que ofrecer y algo que recibir.

Desde el punto de vista cuantitativo esta fue la repercusión de la iniciativa a través de la red:

Nº de visitas y páginas vistas en relación con El poder de la Gente

Páginas vistas dentro de la Web:	2.896.496
Visitas a la web telecinco:	249.204

EL PODER DE LA GENTE ha suscitado apoyos por parte de alguna de las mayores comunicadoras de la cadena, Ana Rosa Quintana, que ha incorporado en su programa experiencias de cooperación alineadas con esta iniciativa.

"El Programa de Ana Rosa" se adhiere a EL PODER DE LA GENTE con una "cadena de favores" semanal

En una época en la que mucha gente necesita ayuda, y consciente de que existen muchas personas dispuestas a prestarla de manera desinteresada, "El Programa de Ana Rosa" se adhirió a EL PODER DE LA GENTE poniendo en marcha una "cadena de favores" como plataforma de canalización de las acciones de cooperación propuestas por sus espectadores.

Con periodicidad semanal, Ana Rosa Quintana ha presentado este año a personas con necesidades de diversa índole, poniendo en marcha su potencial de comunicación para encontrar cauces de ayuda desinteresada entre los espectadores. La única condición impuesta a quienes han ido encontrando solución a su problema ha sido su compromiso a ayudar de alguna manera al protagonista del siguiente caso.

La lucha contra la violencia de género, el apoyo a la infancia y la ayuda a los refugiados, presentes un año más en "12 meses, 12 causas"

Junto a EL PODER DE LA GENTE Telecinco, a través de "12 meses, 12 causas", ha vuelto a encender su foco solidario en tres de las causas que mayores esfuerzos de ayuda y concienciación han generado en la cadena desde el inicio del proyecto en 1999: la violencia de género, las condiciones de vida de los más pequeños en países del Tercer Mundo y el apoyo a los refugiados. Para ello, Telecinco ha emprendido en 2010 campañas especiales en colaboración con el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad, así como con instituciones internacionales como ACNUR y UNICEF.

Pero, las iniciativas que vinculan de forma directa los contenidos de Telecinco a los valores sociales también han encontrado ocasiones específicas. Tal es el caso del Día Internacional de Eliminación de la Violencia contra la Mujer o las campañas navideñas de importantes ONGs con las que Telecinco colabora, como Unicef y ACNUR.

Telecinco "Saca tarjeta roja al maltratador" con motivo del Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer

Por undécimo año consecutivo, la cadena ha aprovechado su potencial para hacer llegar mensajes a la sociedad con la difusión de la campaña "Saca tarjeta roja al maltratador" del Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad. Con motivo de la celebración del Día Internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, los presentadores de Telecinco portaron en sus solapas pins de la campaña y, en el caso de programas en directo como "El Programa de Ana Rosa", "Sálvame" y "Gran Hermano", público y presentadores sacaron literalmente tarjetas rojas contra el maltrato.

La cadena, con UNICEF España en la difusión de su felicitación navideña

Durante el mes de diciembre, Telecinco se unió a la campaña de UNICEF España con el fin de impulsar las ventas de su felicitación navideña musical, una versión del mítico tema de ABBA "Chiquitita"

interpretado por la artista Amaia Montero. **Informativos Telecinco**, a través de piezas informativas y entrevistas; espacios de entretenimiento como **"Pasapalabra", "Sálvame", "Vuélveme loca"** y **"¡Qué tiempo tan feliz!"** y programas de actualidad como **"El programa de Ana Rosa"** y **"La Noria"**, con actuaciones y entrevistas, fueron algunas de las plataformas que la cadena puso a disposición de UNICEF España **para promocionar esta acción solidaria** destinada a la escolarización de niños y niñas en países en desarrollo.

Además, **Telecinco.es**, **Divinity.es** y **Elpoderdelagente.es** brindaron visibilidad a la artista para que hiciera llegar su iniciativa a los millones de usuarios de estas páginas web, mediante la inclusión de entrevistas, encuentros digitales y enlaces directos en sus páginas y grupos de Facebook, Tuenti y Twitter, entre otras fórmulas.

Apoyo a la iniciativa "Turismo Solidario y Sostenible en África"

Telecinco ha colaborado en 2010 con la Fundación Banesto en la producción y la emisión de un spot de turismo solidario rodado en Tanzania, enmarcado dentro de la campaña "Turismo Solidario y Sostenible en África", un proyecto para dar apoyo a la iniciativa empresarial de la mujer del continente africano en el sector turístico y hotelero. El spot, que se emitió desde el 3 de agosto hasta el 1 de septiembre, puede visualizarse en el siguiente link: http://www.telecinco.es/detail/detail24378.shtml

El spot rodado en Tanzania tenía como finalidad mostrar a los espectadores las peculiaridades de este tipo de turismo, haciendo énfasis en que resulta tan atractivo como cualquier otro tipo de plan vacacional y resumiendo la filosofía de la iniciativa en frases como "Al principio cuando piensas en turismo solidario ni te imaginas lo genial que puede llegar a ser" o "Tú necesitas unas vacaciones; ellos te necesitan a ti".

Esta iniciativa, nacida en marzo de 2006, ha activado, desarrollado y promovido una red de alojamientos y rutas turísticas en el continente africano. Hasta ahora, la red de "Turismo Solidario y Sostenible" ha certificado más de 300 alojamientos y 25 rutas turísticas en 12 países de África, incidiendo además en la formación de las mujeres emprendedoras, colaborando en la promoción de los destinos, implantando avances tecnológicos en las diversas zonas y colaborando en la financiación de los proyectos. Recientemente la iniciativa ha comenzado a extenderse a un grupo reducido inicial de países de América Latina.

Canal de ayuda a los niños refugiados de África mediante la campaña del ACNUR "La Caravana por los Refugiados 2010" (ver video)

La época navideña fue también escenario del apoyo de Telecinco a "La Caravana por los Refugiados 2010" que el Comité Español de ACNUR ha llevado a cabo por segundo año consecutivo con el objetivo de recaudar los fondos necesarios para proporcionar ayuda humanitaria tangible a miles de niños y niñas refugiados en África Subsahariana. La cadena, a través de "12 meses, 12 causas", produjo y emitió tres spots protagonizados por los actores Luis Tosar, Marta Etura, Paco León, Juan Diego Botto, Melanie Olivares, María Botto y Roberto Drago, colaboradores de ACNUR España en la difusión de un único mensaje: "Estas Navidades todos podemos ser Reyes Magos y llevar alimentos, agua potable y un techo, a más de un millón de niños en África Subsahariana que se han quedado sin hogar y que nos necesitan".

Finalmente, Telecinco, ha llevado a cabo las siguientes iniciativas específicas a través de las que manifiesta su compromiso social:

- **Calendario solidario de Ana Rosa**
- Apoyo a **"La caravana de los refugiados 2010"**, una iniciativa solidaria de Acnur, promocionando sus spots. www.lacaravana2010.org
- Promoción de la gala solidaria **Juntos**
- Programa **El carrerón de los famosos**, donde personajes conocidos competían para conseguir dinero con fines benéficos.
- **Diario de...** distintos reportajes con vocación de denuncia social sobre xenofobia (gitanos rumanos), temas sanitarios (enfermos mentales), delitos sexuales (pedofilia en el instituto), asuntos financieros, (economía sumergida), consumo de drogas (rayados por la coca), adopciones (una adopción en Haití)...
- Promoción de un partido solidario de fútbol entre los participantes de **Gran Hermano y Mujeres y hombres y viceversa** para recaudar fondos destinados a los damnificados por el terremoto de Haití.
- Viaje de un concursante de **Gran Hermano** a Camboya con fines solidarios, en colaboración con Global Humanitaria.
- Los concursantes de **Más que baile** destinaban el premio del concurso a diferentes causas sociales.
- Participación de distintos programas de la cadena, como **Gran Hermano, Sálvame**, etc... en el Día internacional para la Eliminación de la Violencia contra la Mujer, a través de la campaña "Saca tarjeta roja".
- **Vuélveme loca** promociona el Día Mundial contra la Diabetes.

Todas estas iniciativas han tenido promoción con spots en la cadena, notas de prensa, información en la web, blogs, redes sociales... o han sido secciones dentro de programas del canal, etc.

Desde el punto de vista cualitativo la estimación de la audiencia media y porcentaje del share dedicado a los contenidos de tipo social han sido los siguientes:

	Total de programación Telecinco Con contenido social
Cuota de pantalla	15,7
Audiencia media	799.000
Número de Emisiones	356

De forma agregada, el total de los contenidos con contenido social emitidos disfrutaron de una cuota media de pantalla de 14,75, fueron vistos por una audiencia media de 9.358.000 personas en 356 emisiones.

Producción cinematográfica responsable

Durante el año 2010 Telecinco Cinema ha estrenado cuatro películas: *"Hierro"*, *"El Mal Ajeno"*, *"Rabia"* y *"Agnosia"*. Asimismo, la productora del grupo Telecinco ha iniciado el rodaje de la superproducción *"Lo Imposible"* protagonizada por Naomi Watts y Ewan Macgregor, *"Lo Mejor de Eva"* protagonizada por Leonor Watling y Miguel Ángel Silvestre, *"Amigos"* una comedia protagonizada por Ernesto Alterio y Diego Martín, *"Verbo"* drama juvenil dirigido por Eduardo Chapero Jackson y, por último, el thriller *"No habrá Paz para Los Malvados"* dirigida por Enrique Urbizu y protagonizada por José Coronado.

Entre los estrenos de mayor impacto social destaca *"Rabia"*, drama centrado en la inmigración en España que narra la historia de una pareja de inmigrantes que se ve implicada en un crimen por el que él se tiene que ocultar de la justicia en la mansión en la que ella trabaja como sirvienta. La película ha recibido numerosos premios nacionales e internacionales entre ellos la Biznaga de Oro del Festival de Málaga y el Premio Especial del Jurado del Festival de Tokio.

"El Mal Ajeno", cuenta en clave de thriller sobrenatural, las vivencias de los enfermos crónicos y la importancia de la esperanza para seguir luchando y dar sentido a la vida en situaciones extremas.

Entre las películas en proceso de producción, destaca el impacto social de *"Lo Imposible"*, superproducción sobre el tsunami que asoló Tailandia y otros países de la zona en 2003. La película cuenta la historia de la odisea de una familia de vacaciones en la zona a través de la cual es espectador contempla el drama social y humano que vivieron cientos de miles de personas.

La película *"Verbo"*, nos cuenta en clave fantástica el viaje interior de una joven adolescente española que se plantea suicidarse debido a la incomunicación con su familia y entorno. La película denuncia la incomprensión y aislamiento que ejerce la sociedad sobre nuestros jóvenes, llevándoles a situaciones límite y al mismo tiempo infunde cierto optimismo y esperanza a través de la amistad, el arte y la música.

Por último, el thriller dirigido por Enrique Urbizu *"No habrá paz para los malvados"*, llama la atención sobre las interconexiones del crimen organizado sea del origen que sea (tráfico de drogas, trata de personas, integrismo islámico...) y cómo la descoordinación entre las fuerzas de seguridad del estado para atajar las distintas ramas delictivas puede tener consecuencias nefastas para la sociedad.

Otros contenidos responsables en la web de Telecinco.com

Telecinco, a través de sus secciones informativas digitales ha abordado cuestiones de impacto social relevante. A continuación se relacionan algunos de los artículos y reportajes más impactantes de los publicados durante 2010.

- **Esperanzas remotas: cómo curar lo incurable**

Una serie sobre como la sociedad apoya o no a diferentes jóvenes con enfermedades extrañas, apoyando a la Federación Española de Enfermedades Raras (Feder).

La serie ha cubierto en seis artículos los contenidos siguientes:

- El incurable estigma de lo extraño (I)
- "No la quiero meter dentro de una burbuja: el mundo exterior no está forrado de algodón" (II)
- Madrid estrena una tienda solidaria para hacer frente a las enfermedades raras (III)
- "Los días de pena y gloria" de Juanjo (IV)
- Esperanzas remotas: cómo curar lo incurable (V)

- **Síndrome de Treacher-Collins, reportaje elaborado con apoyo del Hospital 12 de Octubre sobre una extrañísima enfermedad.** El síndrome de Treacher Collins, una vida condenada al quirófano desde el nacimiento

  http://www.telecinco.es/informativos/sociedad/noticia/100028643/El+sindrome+de+Treacher+Collins+una+vida+condenada+al+quirofano+desde+el+nacimiento

  Y también sobre el síndrome de Treacher Collins: **"Mamá, los niños no quieren jugar conmigo, hoy he jugado sola"**

  http://www.telecinco.es/informativos/sociedad/noticia/100029370/Los+ninos+no+quieren+jugar+conmigo+hoy+he+jugado+sola

- **Día de las cardiopatías:** testimonio de la ministra Carme Chacón sobre su cardiopatía congénita. Noticia escrita y vídeo

  http://www.telecinco.es/elprogramadeanarosa/detail/detail28601.shtml

- **Día del cáncer.** Divinity: Nacho Montes entrevista a Sandra Ibarra

  http://www.divinity.es/2011/02/02/soy-incapaz-de-obviar-mi-cancer-si-hay-que-decir-la-palabra/

- **Secciones de vídeos de Acnur, Greenpeace y Amnistía Internacional en La Siete**

  http://www.telecinco.es/lasiete/

- **Sección Famosos Solidarios en Divinity**

  http:/www.divinity.es/tag/solidaridad/

- En este años 2011 también apoyamos a la Agencia de Protección de Datos en el Día Internacional de la Internet Segura

  "El acoso en Internet a los menores es mucho más cruel"

  http://www.telecinco.es/informativos/tecnologia/noticia/100033616/El+acoso+en+Internet+a+los+menores+es+mucho+mas+cruel

- **Los pequeños 'expertos' de las redes sociales**
  http://www.telecinco.es/informativos/tecnologia/noticia/100032877/Las+redes+sociales+y+los+menores

- **¿Cerco a los menores en las redes sociales?**
  http://www.telecinco.es/informativos/tecnologia/noticia/100017929/Cerco+a+los+menores+en+las+redes+sociales

- **2010: El año de la madurez de las redes sociales**
  http://www.telecinco.es/informativos/tecnologia/noticia/100031500/2010+el+ano+de+la+madurez+de+las+redes+sociales

- **Normalización de vida laboral y familiar**. Cerca de un 50 % de los abuelos españoles cuida a sus nietos a diario
  http://www.telecinco.es/informativos/sociedad/noticia/100030064/Cerca+de+un+50++de+los+abuelos+espanoles+cuidan+a+sus+nietos+a+diario

- **Explicación de la crisis financiera y económica.** Manera divulgativa de hacer entender a la audiencia los problemas económicos macro y como afectan a la vida real de las personas.

- **¿Saldremos de la crisis con la reforma laboral? Ni mucho menos...**
  http://www.telecinco.es/informativos/economia/noticia/100021037/Saldremos+de+la+crisis+con+la+reforma+laboral+Ni+mucho+menos

- **¿Quién vigila a los vigilantes de los mercados financieros?**
  http://www.telecinco.es/informativos/economia/noticia/100017424/Quien+vigila+a+los+vigilantes+de+los+mercados+financieros

- **El reto de las empleadas del hogar: ser como el resto de los trabajadores.**
  http://www.telecinco.es/informativos/sociedad/noticia/100017967/El+reto+de+las+empleadas+del+hogar+ser+como+el+resto+de+los+trabajadores

- **¿Qué ha sido de los paraísos fiscales?**
  http://www.telecinco.es/informativos/economia/noticia/100018233/Que+ha+sido+de+los+paraisos+fiscales

- **Banca ética, la otra economía**
  http://www.telecinco.es/informativos/economia/noticia/100027589/Otra+forma+de+trabajar+con+tu+dinero+Los+bancos+eticos+existen

- **¿Cómo reducir el déficit y no morir en el intento?**
  http://www.telecinco.es/informativos/economia/noticia/100019933/Como+reducir+el+deficit+y+no+morir+en+el+intento

Informar con responsabilidad

Además de los contenidos de impacto social específico, Telecinco, pone a disposición de sus comunicadores e informadores herramientas con las que abordar la responsabilidad social en el día a día de su trabajo, en la forma de transmitir la información y con ella, influir en el fomento de determinados valores.

En este sentido, la **cobertura informativa** de asuntos de interés social actúa como una herramienta transversal que permite que el compromiso con determinados valores sea expresado de una manera clara y adecuada cuando la noticia tenga lugar. La cobertura informativa hace visibles problemas reales y contribuye de forma decisiva a incorporarlos a la agenda y el debate públicos.

Como cada año, Informativos Telecinco realiza una cobertura permanente de asuntos de interés político, económico, social, cultural y deportivo, de carácter nacional e internacional. Cada día, ofrece cuatro horas de información a los espectadores. Una información que aspira a ser rigurosa, cercana y sensible que acerca a los televidentes las pequeñas y grandes historias que ocurren en el mundo.

Todas las informaciones llevan implícitas el compromiso corporativo con la no discriminación, la libertad de ideas, el rechazo al trabajo infantil, la no violencia de género, la igualdad de género, la denuncia de la corrupción, el apoyo a los derechos humanos, la sensibilización hacia el medio ambiente. Todo ello, manteniendo unas señas de identidad propias y un criterio editorial de independencia y rigor informativo.

Con la finalidad de redundar en la mayor accesibilidad de los contenidos, todas las ediciones de los informativos se han emitido de manera simultánea en la web de Informativos Telecinco. Así mismo, los internautas han podido ver las retransmisiones en directo de eventos sociales, políticos, culturales y deportivos y comentarlos a través de Facebook.

En este sentido, informativos Telecinco está comprometido con la **protección de los datos personales** de sus usuarios. Para abordar de forma responsable los riesgos que la nueva sociedad de la información y las nuevas tecnologías implican para el mundo en general, y para la intimidad de las personas en especial, establece las medidas necesarias para garantizar la confidencialidad de los datos que trata.

A continuación se detallan las principales temáticas tratadas **el enfoque que Informativos Telecinco** para dar cobertura a las cuestiones que han marcado la actualidad informativa de 2010:

- Durante el año 2010, Telecinco ha informado de todos y cada uno de los casos de **corrupción política** que se han registrado en las instituciones, en ayuntamientos y Comunidades Autónomas.
- A lo largo de 2010, la **crisis** – un año más - ha estado presente en gran parte de nuestros contenidos, no sólo al ocuparnos de sus efectos a nivel político o estrictamente económico sino, y sobre todo, al centrar el foco de atención en sus afectados, los ciudadanos.
- El aumento de personas en el umbral de **la pobreza** ha sido uno de los puntos reiterados de

atención en Informativos Telecinco. Telecinco se ha hecho eco de las llamadas de alerta de organizaciones no gubernamentales acerca de la situación de personas que, acuciadas por el paro y la falta de recursos, se hundían en la desesperanza. Incluso esas mismas personas se han puesto en contacto directo con la Redacción y, en algún caso, la repercusión mediática ha hecho posible que consiguieran una ayuda.

- La crisis económica tampoco puede explicar la persistente escalada de **violencia de género** que ha caracterizado a 2010. Un año negro en el que ha habido 73 mujeres asesinadas a manos de sus parejas o ex parejas. Telecinco se ha referido de forma individualizada a cada una de ellas evitando quedarnos en el mero suceso. De esta forma, Telecinco pone el enfoque informativo en el repudio de dicha violencia, en el fomento de las denuncias de las víctimas, y en mostrar, en su caso, el castigo a los maltratadores.

- En la redacción de informativos, contamos con periodistas especializados y eso nos permite tener agenda propia para abordar los temas de mayor impacto sin depender exclusivamente de la agenda de convocatorias generales. Así ocurre, por ejemplo, con los temas de **salud**, destacando los avances de la Biomedicina en 2010: como ha sido el caso de la lucha contra el cáncer de mama y las buenas perspectivas de una vacuna en pruebas para evitar el desarrollo de los tumores. También han destacado los revolucionarios trasplantes de cara, los peligros de la obesidad y el sobrepeso que ya atrapa a las nuevas generaciones.

- Las **enfermedades neurodegenerativas** (el Alzheimer, la esclerosis múltiple), los logros y precauciones que se experimentan con el uso de células madre, también han sido noticia en Informativos Telecinco.

- Muchos de los minutos de Informativos Telecinco en 2010 se han dedicado a la tramitación de dos leyes de gran impacto mediático y social: la **Ley de Salud Sexual y Reproductiva e Interrupción Voluntaria d el Embarazo** (cuya polémica se vivió ya desde 2009), y la **Ley de Prevención del Tabaquismo**. En cada uno de los casos se ha abordado la información desde todos los ámbitos: político, religioso, y social, otorgando voz a todos sus protagonistas en cada uno de ellos, incluso buscando en la calle la reacción ciudadana.

- Y en la calle se desarrolló la batalla de quienes mostraban su oposición frontal a albergar un **Almacén de Residuos Nucleares** de alta actividad. Vecinos contra vecinos de los pueblos que por decisión consistorial se ofrecían como sede del "cementerio nuclear". Ahí estuvo Telecinco, en directo, con reportajes, dando cuenta del minuto a minuto de un debate que aún no ha concluido.
- El año 2010 no ha visto avanzar la aplicación de la **Ley de Dependencia** en algunas comunidades e Informativos Telecinco así lo ha denunciado. Y lo ha hecho, apoyado en los hechos, por boca de los afectados, mayores y personas con dificultades, con discapacidad que muchas veces encuentran en los medios la ayuda que las administraciones no les dan.
- **Los menores y la lucha por sus derechos** son clave en Informativos Telecinco. Reporteros lo comprobó en Cartagena de Indias, Colombia. Gracias a la colaboración del presidente de la ONG "Protect", pudimos demostrar los débiles controles existentes frente a la prostitución de menores. En este punto la pretensión de Telecinco es la concienciación de la sociedad de que cualquier situación de indefensión e injusticia hacia los menores es un delito.

Una mirada al exterior...

Mirando al exterior, la primera gran cobertura y la primera gran noticia de 2010 en Telecinco fue el **terremoto de Haití**, una gran catástrofe natural. Para cubrir la información se desplazaron el director de informativos, Pedro Piqueras, y dos equipos de reporteros, aportando una visión lo más completa posible de la tragedia: destrucción de hogares, de escuelas, violencia, el papel de la mujer, ayuda internacional.

La primera mitad del año estuvo marcada por dos noticias de carácter medioambiental de gran trascendencia mediática. Una de ellas, el **vertido del pozo de la BP en el Golfo de México**. Durante los meses que duró el vertido y los esfuerzos por contenerlo y combatir sus efectos, Informativos Telecinco ofreció cumplida cobertura al evento, incluyendo el envío de la colaboradora en Washington hacia la zona.

También hubo espacio para la **erupción del volcán islandés Eyjafjalla**. Durante largas semanas puso en jaque al tráfico aéreo mundial, especialmente en Europa, donde se cerró durante varios días su espacio aéreo. El desastre natural puso de manifiesto la actual debilidad tecnológica de nuestra civilización.

Otra catástrofe medioambiental fue el **vertido de lodo tóxico sucedido en Hungría**, en Octubre. Para hacer más cercana la noticia desplazamos a un equipo hasta la zona. Finalmente, durante varias semanas, el fenómeno de las **lluvias monzónicas en China y Paquistán** y sus consecuencias, marcaron la escaleta de Informativos Telecinco.

Y otro hecho, casi fenómeno social, que dio la vuelta al mundo fue el **rescate de los 33 mineros chilenos en Copiacó**. Para narrar su rescate final enviamos dos equipos de reporteros que relataron la odisea de los mineros atrapados, día a día.

También, durante todo el año, hemos seguido la **situación económica y social de Grecia** tras el rescate al que tuvo que ser sometido por parte de

la Unión Europea. La sociedad griega ha protagonizado un programa de huelgas generales masivas y contrarias a los brutales planes de ajuste y austeridad impuestos por Bruselas y el FMI. Telecinco estuvo allí, para contárselo a los espectadores.

No podemos olvidar uno de lo grandes bombazos informativos del año, y de la década, un sitio de Internet llamado **Wikileaks**. La publicación de los papeles de la diplomacia estadounidense ha supuesto un antes y un después en la nueva configuración informativa que se está dando desde el advenimiento de Internet como fenómeno de masas.

El verano que ganamos el Mundial...

El 11 de julio de 2011 es algo más que una fecha, es el día en el que España se proclamó campeona del mundo. Ese día formará para siempre parte de la historia de España, de Telecinco y de Informativos Telecinco. A las 23.56 h, con el gol de Iniesta "de mi vida", tocamos el cielo. Para las cuarenta y dos personas que se desplazaron a Sudáfrica fue la culminación a más de cincuenta días de duro trabajo.

En total, fueron más de 600 minutos en directo para los informativos, 1.800 en La Siete y 2.000 minutos en las retransmisiones. Para la historia, el mundial de Sudáfrica será el primero que conquistó España. Para la historia de Telecinco y de Informativos Telecinco, será siempre el privilegio de contárselo a toda España.

El 11 de julio, fue el programa más visto de la historia de la televisión. Fue posible reunir ante el televisor a 14.582.000 espectadores y a muchos millones más en bares, plazas, casas de amigos... De las diez emisiones más vistas del 2010, las nueve primeras son partidos del mundial. Se trata de un dato más, pero para Informativos Telecinco es algo más que eso, que un dato, ese día, el 11 de julio de 2010, España Ganó el Mundial y Telecinco lo contó al mundo.

Accesibilidad de los contenidos

En 2010, Informativos Telecinco ha aportado un granito de arena para intentar normalizar la situación de aquellas personas que sufren algún tipo de discapacidad. Por ello, cada semana durante hora y media, en el informativo matinal, contamos con la presencia de un traductor del lenguaje de signos para que las personas sordas puedan seguir nuestras noticias. Apostamos por fomentar la integración, normalización y ayudar a superar barreras.

En este punto es preciso resaltar que, según el último estudio de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones Telecinco es la cadena de televisión comercial que emiten más horas de programación accesible para personas con discapacidad. En concreto, Telecinco emitió en 2009 un total de 8.819 horas subtituladas (2.022 horas más que en 2008).

Número de programas subtitulados emitidos por cadena en 2010.

Cadenas	Horas subtituladas			Promedio Semanal		
Telecinco	1860 horas	54 min.	30 seg.	35 horas	6 min.	41 seg.
La Siete	1557 horas	34 min.	40 seg..	29 horas	23 min.	18 seg..
Factoría de Ficción	5307 horas	40 min.	48 seg.	100 horas	8 min.	42 seg.
Boing	2734 horas	35 min.	56 seg.	136 horas	43 min.	48 seg.

A continuación se detalla el número de programas con subtítulos emitidos por tipología de contenido emitida en cada una de las cadenas del Grupo:

	TELECINCO	LASIETE	FACTORÍA DE FICCIÓN	BOING
ANIMACIÓN	16	0	26	34
CINE	149	0	208	19
CONCURSO	4	4	0	1
INFORMATIVO	1	1	0	0
MAGAZINE	4	1	1	0
REALITY SHOW	3	8	0	0
SERIE	20	14	80	6
TALK SHOW	2	1	0	0
DOCUMENTAL	5	4	0	0
DOCU-REALITY	0	1	0	0
GALAS	1	2	0	0
HUMOR	0	6	0	0
ESPECIALES	0	1	1	0

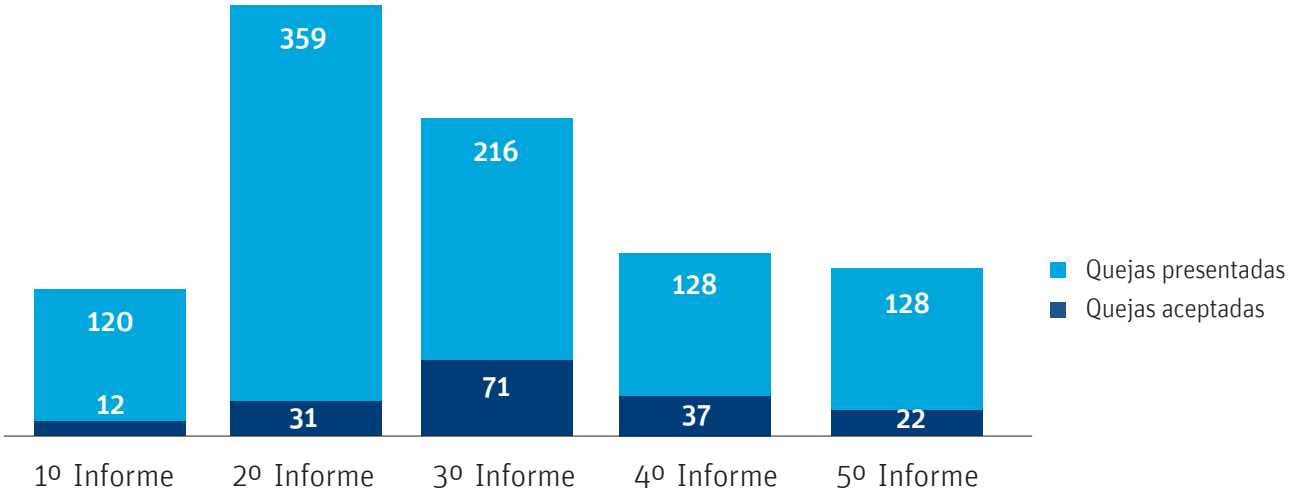
Análisis de las quejas presentadas

Telecinco muestra también su compromiso social a través del cumplimiento del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia para el fomento de contenidos responsables y el respeto y protección a los derechos de niños y adolescentes. El análisis del cumplimiento de este código es posible a partir de los Informes Anuales de Evaluación sobre la Aplicación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia.

Desde un punto de vista metodológico, es preciso destacar que, se tienen en cuenta a efectos de este informe aquellas quejas que vienen referidas a la programación en abierto emitida durante las llamadas "franjas de protección reforzada" por las televisiones generalistas de ámbito estatal en sus emisiones analógicas.

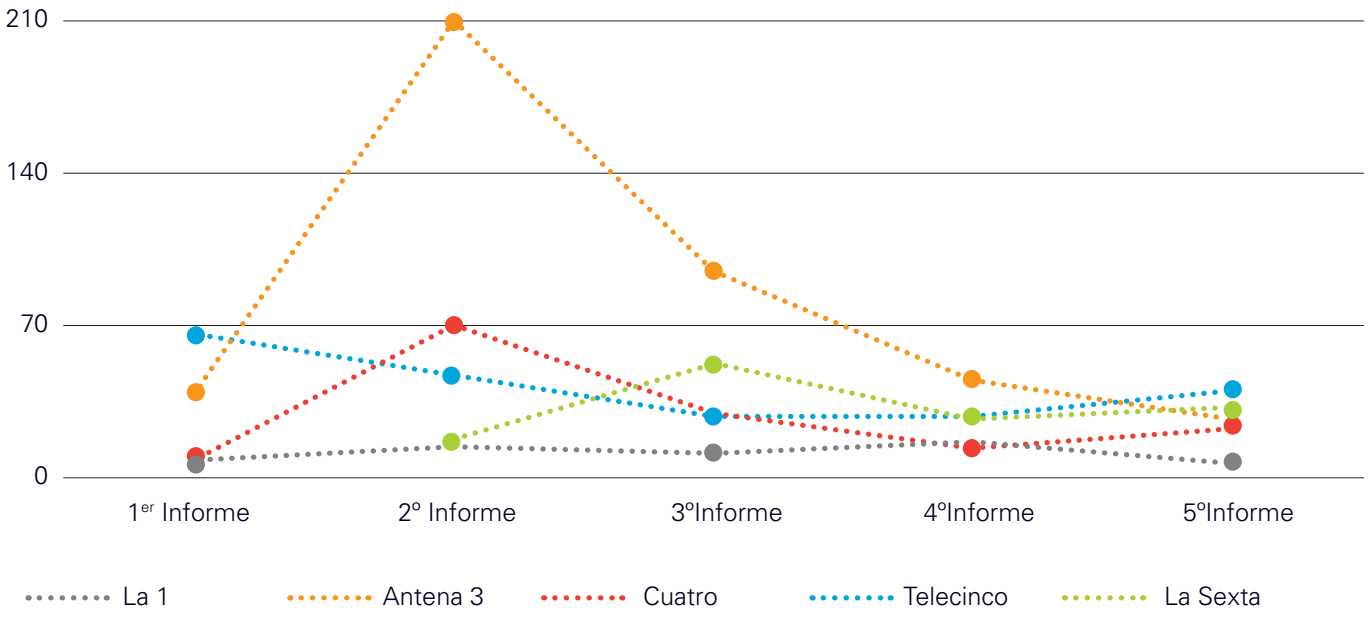
La evolución de las quejas aceptadas a nivel global muestra una tendencia estable, donde las quejas presentadas en 2010 se han mantenido constantes respecto del año anterior, y las aceptadas han experimentado una disminución.

Quejas presentadas y aceptadas. Evolución



Fuente: Quinto Informe de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Años 2010.

Evolución histórica de las quejas presentadas por cadenas



Fuente: Quinto Informen de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Años 2010.

Atendiendo a la distribución por tema de las quejas presentadas, dominan las relativas a comportamiento social y contenidos sexuales, seguidas de las de temática conflictiva y de la difusión inadecuada atendiendo a la calificación por edades del contenido.

Nº de quejas presentadas por cadenas

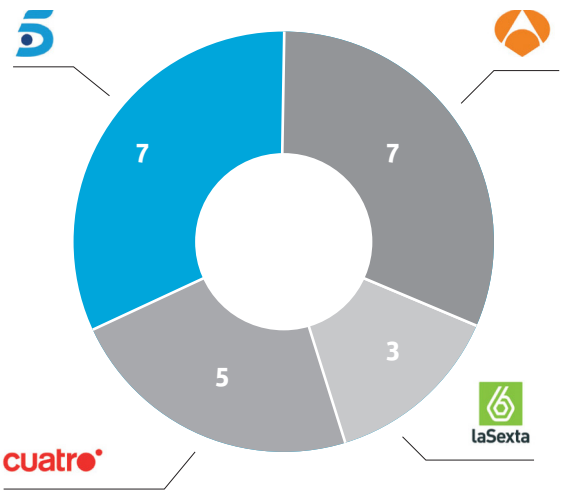
	Telecinco	La Sexta	Antena 3	Cuatro	TVE-1
Nº DE QUEJAS	40	32	27	22	7

Fuente: Quinto Informen de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Años 2010.

En cuanto a la evolución de las quejas aceptadas por cadena, por segundo año consecutivo, ha disminuido el número de quejas aceptadas por Telecinco (a 7), las mismas que Antena 3.

En cualquier caso se realizarán las reuniones internas oportunas para reforzar la idea ya presente de control y rechazo de aquellos contenidos que no deben incluirse en el programa durante franjas de protección.

Nº de quejas aceptadas por cadenas



Fuente: Quinto Informen de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Años 2010.

Publicidad

La publicidad en la televisión comercial es un elemento esencial de su negocio pero también un vehículo para la difusión de valores. En el caso de Telecinco, la publicidad es una actividad fundamental para la sostenibilidad del negocio por la vía de los ingresos pero también para comprender, en su totalidad el modelo de Responsabilidad Corporativa del Grupo.

Así, Telecinco actúa también de forma responsable mediante el control de los contenidos publicitarios desde el punto de vista de la ética, la legalidad y el impacto social. Además, Telecinco, a través de la cesión de espacio publicitario, contribuye al sustento y la difusión de valores asociados a determinados proyectos o instituciones sin ánimo de lucro con las que colabora.

Emisión responsable de publicidad

Telecinco gestiona los recursos publicitarios a través de Publiespaña, empresa que garantiza una emisión responsable de publicidad mediante su colaboración con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), a la que se encuentra adherida.

Autocontrol gestiona el sistema de autorregulación de la comunicación comercial sobre la base de tres instrumentos principales: un Código de Conducta, un órgano independiente (el Jurado de de la Publicidad) que se encarga de resolver las eventuales controversias y reclamaciones presentadas frente a anuncios difundidos, y un gabinete técnico que presta asesoramiento previo a la difusión de los anuncio a través del servicio de consulta previa o Copy Advice.

Además, y en particular, Autocontrol gestiona el sistema español de corregulación publicitaria televisiva, basado en el convenio suscrito con los operadores de televisión, la Asociación Española de Anunciantes (AEA) y Autocontrol; y con el convenio suscrito por Autocontrol con la autoridad audiovisual del Estado (SETSI).

De conformidad con este sistema, cuando Publiespaña detecta que algún anuncio puede incumplir la normativa vigente y, en particular, la Ley 7/2010 de 31 de Marzo 2010, General de la Comunicación Audiovisual o los **Códigos de autorregulación de contenidos televisivos e Infancia y de autorregulación de la publicidad de alimentos dirigida a menores, prevención de la obesidad y salud**, a los que Telecinco está adherida, procede a solicitar un informe previo sobre su corrección deontológica y legal al Gabinete Técnico de Autocontrol (Copy Advice), aceptando su dictamen y, si éste recomienda la no emisión del anuncio, procede a suspender la campaña.

En 2010, Publiespaña solicitó 196 Copy Advice sobre campañas publicitarias con carácter previo a su emisión y realizó 32 consultas legales sobre materia publicitaria.

Entre las normas contenidas en la Ley 7/2010, cuyo cumplimiento se verifica especialmente podemos destacar:

a) La prevención y eliminación de discriminaciones de género para la igualdad efectiva de hombres y mujeres (Articulo 4).

b) Las obligaciones de los prestadores de comunicación audiovisual en relación a los menores (Articulo 7) que hace referencia a contenidos que puedan resultar perjudiciales para el desarrollo físico, mental o moral de los menores que solo podrán emitirse entre las 22 y las 6 horas.

La cesión de espacios publicitarios para la difusión de campañas de alto impacto social y ambiental es la fórmula elegida por Telecinco para expresar su compromiso social. En 2010, este apoyo a diversas causas sociales (UNICEF, Fundación Josep Carreras y Fundación Plan) se ha traducido en cesión de espacios publicitarios por valor de 483.400 euros.

A continuación se destaca la distribución general del negocio publicitario en los distintos canales que componen el Grupo Telecinco:

BLOQUE TOTAL 2010	11.669	13.695	12.903	2.896
BLOQUES MEDIOS DÍA 2010	32	38	35	24
BLOQUES MEDIOS POR HORA	2	2	2	1
MINUTOS ENTRE BLOQUE Y BLOQUE	34	29	31	45
MINUTOS TOTALES PUBLICIDAD (TD)	101.509	86.403	88.991	46.055
% DE PUBLICIDAD SOBRE EL TOTAL DE EMISIÓN	19,3	16,4	16,9	8,8

Espacios gratuitos cedidos 2010

Cadenas	Entidades y fechas de las Campañas	Importe del espacio publicitario decido con fines sociales
	UNICEF – Campaña dedicada al Desarrollo y la Supervivencia Infantil del 3 al 31 de diciembre 2010	130.600 €
	FUNDACION JOSEP CARRERAS Campaña Lucha contra la Leucemia del 21 Enero 2010 y del 22 al 27 de febrero 2010	13.575 €
	FUNDACION PLAN ESPAÑA Campaña dedicada a la Desigualdad de las niñas del 3 al 31 de diciembre 2010	109.950 €
	UNICEF del 3 al 31 de diciembre 2010 por valor	89.400 €
	FUNDACION JOSEP CARRERAS del 21 enero 2010 y del 22 al 27 de febrero 2010	14.025 €
	FUNDACION PLAN ESPAÑA del 3 al 31 de diciembre 2010	75.000 €
	UNICEF del 3 al 31 de diciembre 2010	50.850 €
TOTAL VALOR ECONOMICO		483.400 €

Importe en euros por entidades del espacio publicitario decido con fines social.

(Con la entrada en vigor de la ley General de la Comunicación Audiovisual, del 31 de marzo de 2010, los espacios gratuitos son computados como publicidad con límite horario.)

Equipo Humano

HITOS 2010

En materia de **gestión de RR.HH. en el Grupo Telecinco**, el año 2010 se ha caracterizado por el avance sustancial en las **políticas de igualdad**, con la aprobación de los primeros Planes de Igualdad para todas las empresas del Grupo (con un reconocimiento público al de Atlas España); por la **estabilidad y buena salud de las relaciones laborales**, con la firma de acuerdos de Convenio Colectivo para 2011 en Telecinco y Atlas España en diciembre (el mismo mes en que finalizaban su vigencia); por el inicio en octubre de la **1ª edición del Master de Creación y Gestión de Contenidos**, que Telecinco ha desarrollado conjuntamente con la Universidad Europea de Madrid y en el que gran parte del cuadro docente está integrado por profesionales del Grupo Telecinco; por el proceso de planificación y preparación para la **integración de CUATRO en el Grupo Telecinco** (organizativa, administrativa y laboralmente), en el que se ha trabajado durante todo el año, pero especialmente en el último bimestre, una vez conseguida la autorización preceptiva de la Comisión Nacional de la Competencia, sentándose las bases para la culminación de esta integración en el 1º semestre de 2011. En fin, **un año intenso, del que se puede realizar un balance muy satisfactorio.**

Durante 2010, el equipo del Grupo Telecinco ha estado conformado por 1.104 empleados, quienes desarrollan su actividad en España. Las actividades del Grupo Telecinco requieren de un equipo multidisciplinar, con diversa formación técnica y profesional, en la que la mayoría de los empleados se sitúa entre los 36 y los 45 años. Por otra parte, la igualdad de oportunidades constituye un aspecto muy relevante para Telecinco, ya que la plantilla se distribuye prácticamente de manera equitativa entre hombres y mujeres.

	2008	2009	2010
Plantilla media (nº de personas) [1]	1.184	1.139	1.104
Plantilla al final del periodo (nº de personas)	1.163	1.107	1.122
Promedio de edad (años)[2]	38,86	39,52	40,38
Antigüedad media (años)[3]	10,79	11,56	12,04
Proporción de empleo femenino (%)[2]	46,01	46,62	46,41
Proporción de trabajadores con contrato indefinido (%)[2 y 4]	98,23	99,00	98,94
Índice de rotación[5]	3,29	1,23	0,72
Incorporaciones	59	32	31
Bajas no deseadas (bajas y excedencias voluntarias)	39	14	8

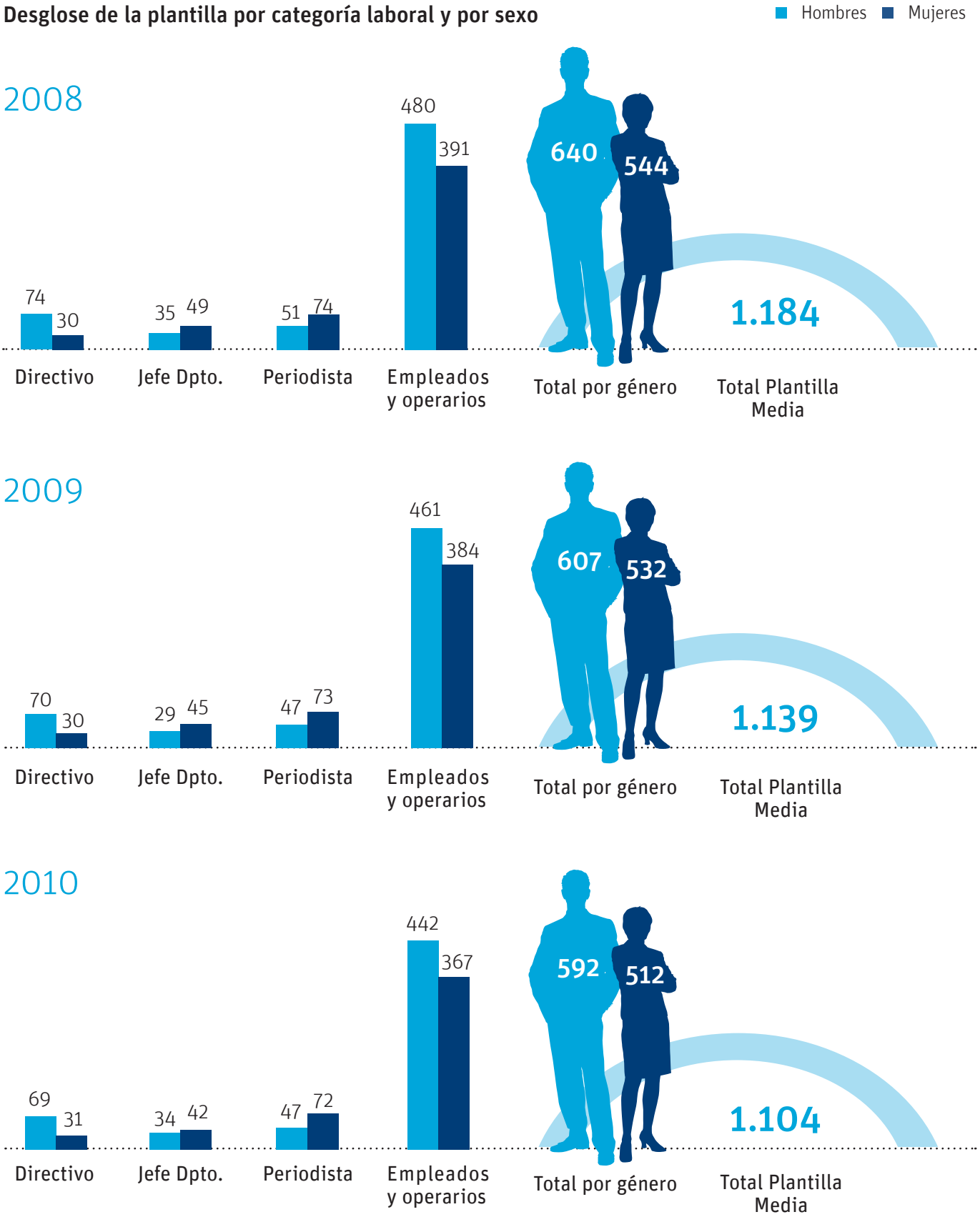
Alcance: Grupo Telecinco. Datos de medias anuales.
(1) No incluye a trabajadores contratados por ETT
(2) Datos de medios (personal de estructura + coyuntural)
(3) Calculada a 31 de diciembre de cada ejercicio
(4) Este porcentaje no incluye a los trabajadores contratados por ETT
(5) Bajas no deseadas (bajas voluntarias + excedencias voluntarias) / Plantilla media› * 100

Plantilla por empresas del Grupo

	2008	2009	2010
GESTEVISION TELECINCO	739	710	704
GRUPO EDITORIAL	5	3	2
ATLAS ESPAÑA	195	192	186
CINEMATEXT MEDIA	14	11	-
CINEMATEXT ITALIA	6	8	-
TELECINCO CINEMA	9	7	8
MEDIACINCO CARTERA	2	2	2
CONECTA 5	26	19	19
PUBLIESPAÑA	145	149	153
PUBLIMEDIA GESTION	40	36	30
ADVANCED MEDIA	3	2	-
TOTAL PLANTILLA	**1184**	**1.139**	**1.104**

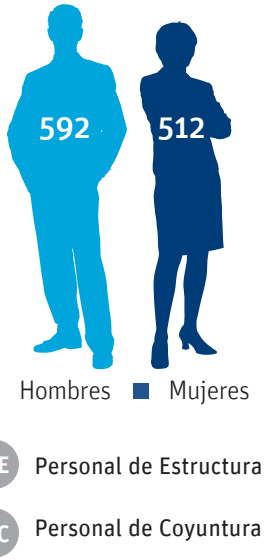
Alcance: Grupo Telecinco. Datos de medias anuales.
Nota: las sociedades Cinematext Media y Cinematext Italia dejaron de formar parte del Grupo Telecinco en el año 2009. Por otra parte la sociedad Advanced Media fue disuelta y liquidada en el año 2009)

Desglose de la plantilla por categoría laboral y por sexo

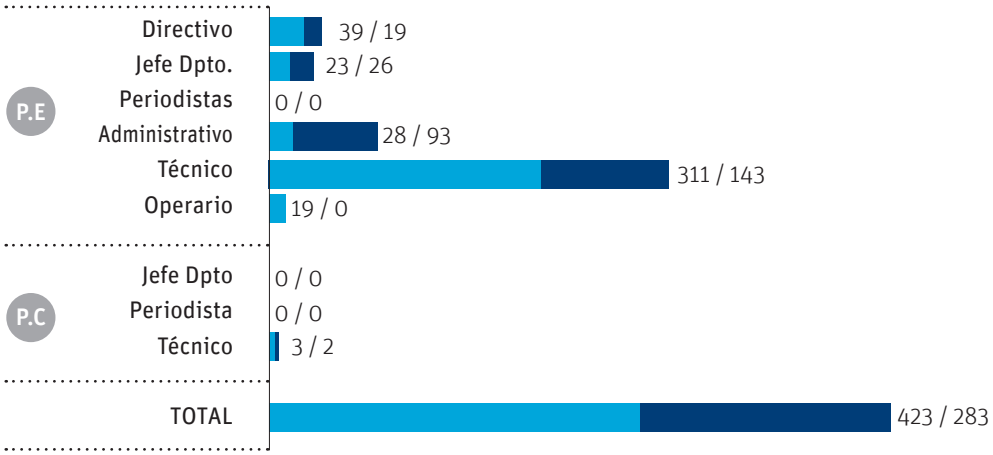


Alcance: Grupo Telecinco. Datos de medias anuales.

Plantilla por empresas del Grupo, desglosado por categoría laboral y sexo

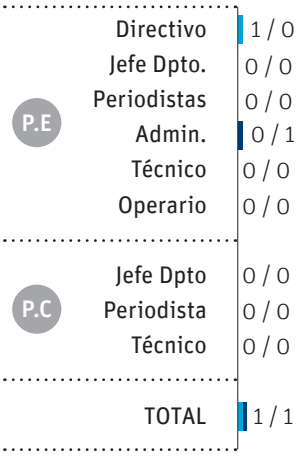


TELECINCO

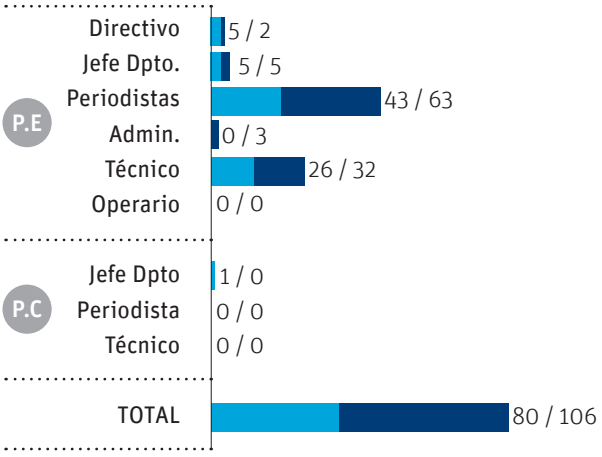


TELECINCO CINEMA

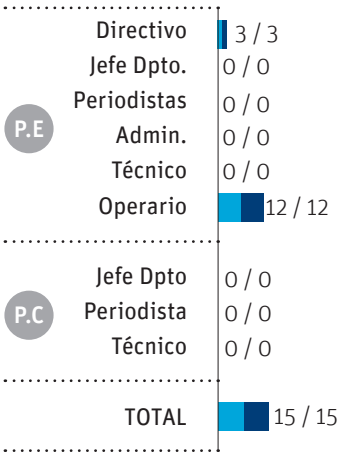
MEDIACINCO CARTERA



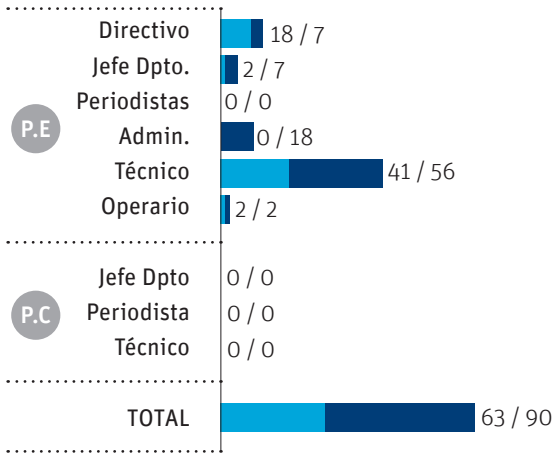
ATLAS ESPAÑA



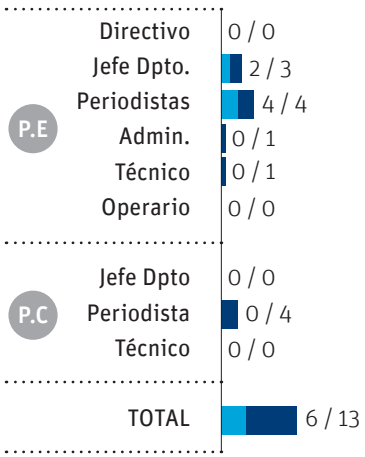
PUBLIMEDIA



PUBLIESPAÑA

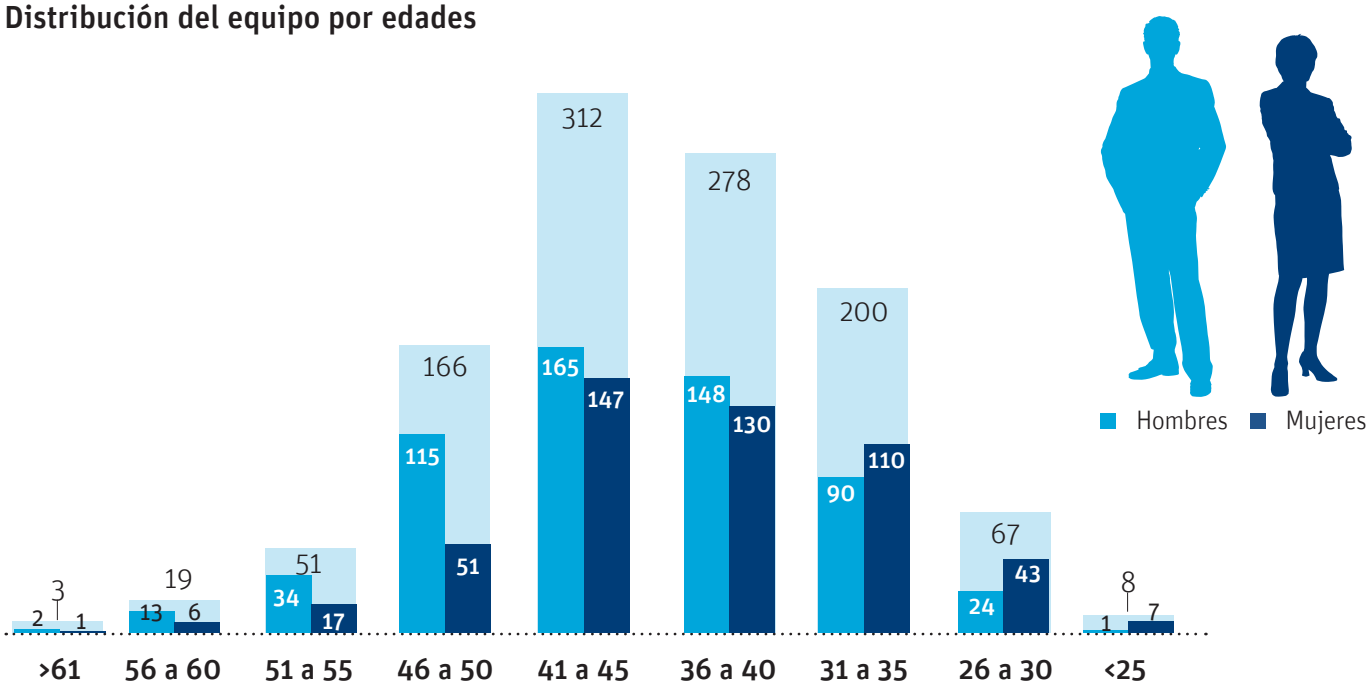


CONECTA 5



Alcance: Grupo Telecinco. Datos de medias anuales.

Distribución del equipo por edades



Telecinco tiene un gran interés por mantener viva la cantera de futuras incorporaciones, y para ello realiza un seguimiento muy cercano tanto del desarrollo como del informe de final de las prácticas. Durante 2010, el 21,46 % de los Becarios y Alumnos en prácticas han sido contratados para cubrir las necesidades puntuales detectadas. De los 219 Alumnos de Universidad y de Institutos de Formación profesional, 3 de ellos han sido contratados a través de Empresas de Trabajo Temporal para desempeñar actividades en el Grupo Publiespaña, mientras que 44 becarios fueron contratados en el resto de las empresas del Grupo Telecinco.

Como en años anteriores, Telecinco ha continuado potenciando los acuerdos de colaboración con los centros formativos, manteniendo acuerdos con 89 centros formativos, entre institutos de educación secundaria, máster y universidades de varias comunidades autónomas.

Plantilla por tipo de contratación

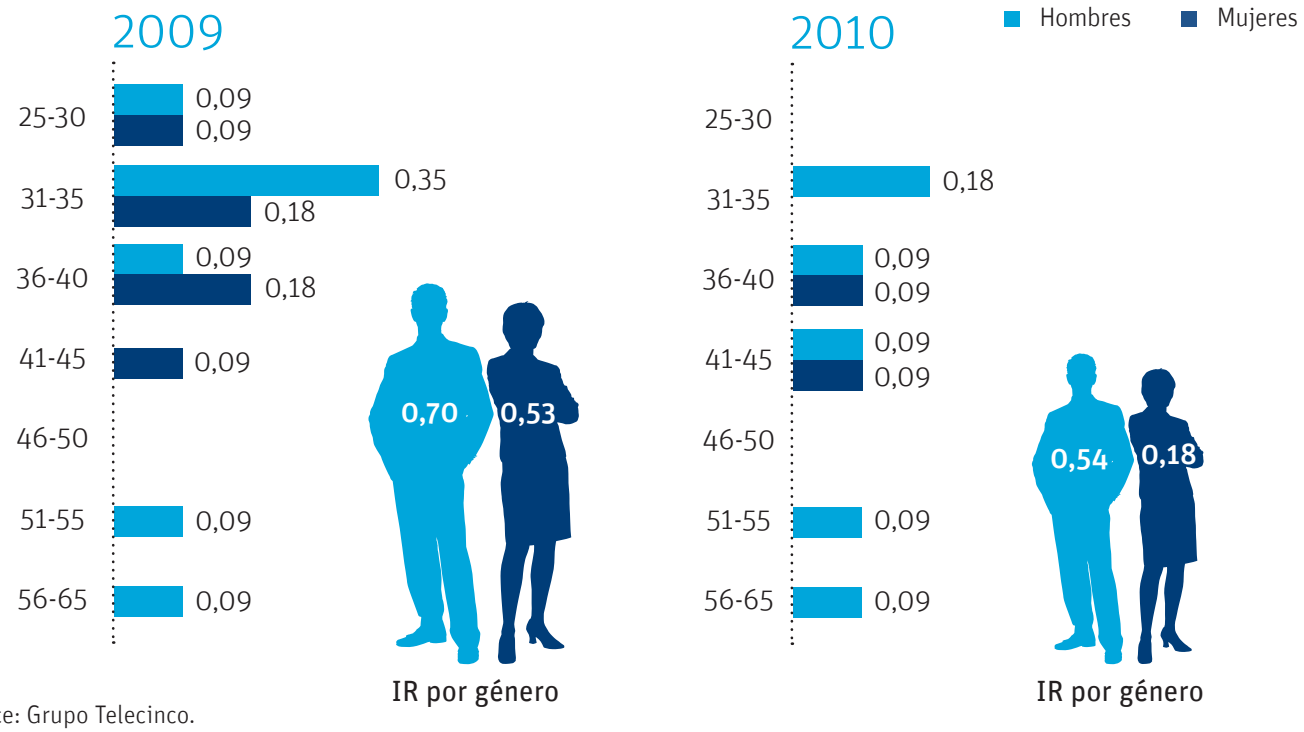
	2008	2009	2010
INDEFINIDO	98,2%	99,0%	98,94%
TEMPORALES	1,8%	1,0%	1,06%
PRÁCTICAS	*	*	0,11%

	2010		
	ALUMNOS PRACTICAS	BECARIOS	TOTAL
TELECINCO	53	67	120
ATLAS ESPAÑA	5	59	64
CONECTA 5	1	21	22
PUBLIESPAÑA, PUBLIMEDIA GESTIÓN		13	13
TOTAL GRUPO	**59**	**160**	**219**

Alcance: Grupo Telecinco.

El esfuerzo que realiza Telecinco para retener el talento, junto a una coyuntura que ha contraído la movilidad laboral, se ha traducido en índices de rotación laboral aún más reducidos que en años anteriores, situándose en 2010 en un 0,72% a nivel global.

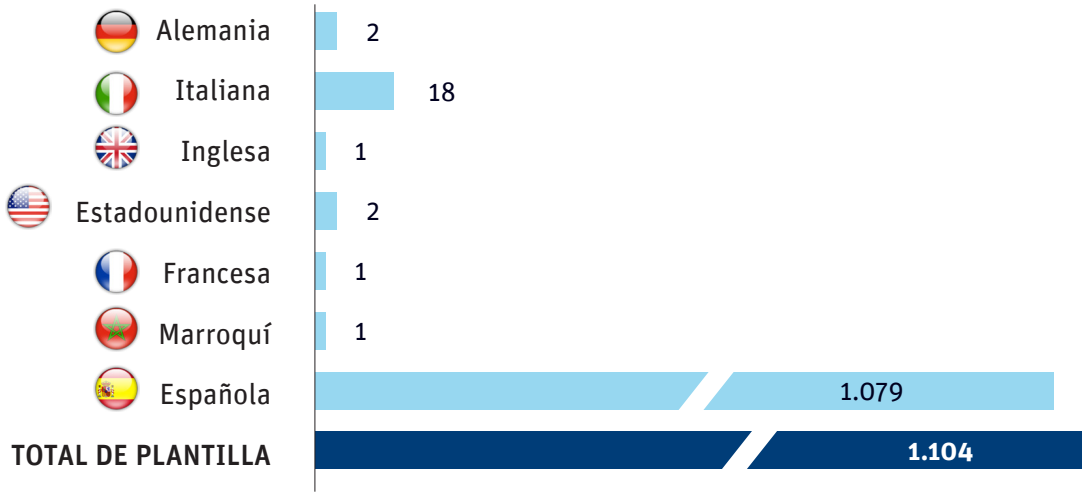
Índice de rotación de empleados por grupo de edad y por género (*)



Alcance: Grupo Telecinco.

(*) Se consideran bajas no deseadas, las bajas voluntarias y las excedencias voluntarias

Desglose de la plantilla por nacionalidades



Desglose de la plantilla extranjera desglosado por empresa, categoría laboral y sexo

	DIRECTIVOS		JEFE DEPARTAMENTO		EMPLEADOS		OPERARIOS		TOTAL	
EMPRESAS	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
TELECINCO	4	0	0	0	3	3	0	0	7	3
ATLAS ESPAÑA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TELECINCO CINEMA	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
MEDIACINCO	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
CONECTA 5	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1
PUBLIESPAÑA	2	0	0	0	1	4	0	0	3	4
PUBLIMEDIA	1	2	0	0	1	0	0	0	2	2
TOTAL	**7**	**2**	**1**	**1**	**5**	**9**	**0**	**0**	**13**	**12**

En 2010, Telecinco ha mantenido su política de **integración** de personas con discapacidad, a la par que ha continuado adecuando sus instalaciones a efectos de eliminar cualquier barrera arquitectónica para dichos colectivos.

Número de trabajadores con discapacidad, por categoría laboral

	2008	2009	2010
DIRECTIVO	1	1	1
JEFES DPTO.			
PERIODISTA			
EMPLEADOS	5	4	5
OPERARIOS	2		
TOTAL	**8**	**5**	**6**

Alcance: Grupo Telecinco

Durante 2010 Telecinco ha continuado desarrollado un entorno de trabajo donde se promueve el desarrollo profesional y personal, en igualdad de condiciones y favoreciendo la conciliación entre la vida profesional y personal.

El compromiso explícito de Telecinco en materia de igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se refleja en la constitución de una **Comisión de Igualdad**, órgano paritario encargado de velar por la implantación y el seguimiento de los Planes de Igualdad definidos, así como de establecer las medidas que eliminen y prevengan las situaciones de acoso en el entorno laboral.

La Dirección de la Empresa facilita a la Comisión de Igualdad la misma información que entrega al Comité de Empresa, en relación con la aplicación del Plan de Igualdad y de las políticas de igualdad y no discriminación por razón de sexo. Además, y con carácter anual, se pone a disposición de la Comisión de Igualdad la siguiente información, relativa a la aplicación en la Empresa del derecho de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres:

- Proporción, en porcentajes, de mujeres y hombres en los diferentes niveles profesionales: comparativa al inicio y al final del período anual sobre el que se facilita la información.

- Comparativa, en porcentajes, de los salarios de hombres y mujeres por categorías profesionales (personal incluido en el ámbito del Convenio).
- Promociones y cambios profesionales ordenados por hombres y mujeres, realizados durante el año (porcentajes).
- Puntos a destacar acerca de la aplicación del Plan de Igualdad durante el ejercicio sobre el que se facilita la información.

En consecuencia, durante el año 2010 y 2011, a partir de un diagnóstico previo pormenorizado de la realidad de cada una de las empresas del Grupo, se han negociado y firmado **Planes de Igualdad** y se ha establecido un **Procedimiento para la Gestión de los Riesgos Psicosociales y la situaciones de acoso** en el entorno laboral, para todas las empresas de Telecinco tal como se resumen a continuación:

Empresa	Política
TELECINCO	I PLAN DE IGUALDAD
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS. Y ACOSO
ATLAS ESPAÑA	I PLAN DE IGUALDAD
	II PLAN DE IGUALDAD
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS. Y ACOSO
PUBLIESPAÑA Y PUBLIMEDIA GESTIÓN	I PLAN DE IGUALDAD
	II PLAN DE IGUALDAD
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS. Y ACOSO
CONECTA 5	I PLAN DE IGUALDAD
	II PLAN DE IGUALDAD
	PROC. GESTIÓN RIESGO PSICOS. Y ACOSO

En los propios Planes de Igualdad se fijan los objetivos específicos en cada una de las distintas materias afectadas, como la conciliación de la vida personal/familiar con la laboral, retribución, clasificación profesional o comunicación, y las medidas que se aplicarán para alcanzarlos. A su vez, contienen medidas de evaluación y seguimiento que avalan que la Dirección de la Empresa y las Comisiones de Igualdad velarán por su correcta aplicación y cumplimiento, así como que analizarán el grado de consecución de los objetivos planteados. La figura del **"Agente de Igualdad"** canaliza las siguientes funciones:

- Ejercer una labor de información y orientación a los posibles usuarios, sobre las medidas contenidas en el Plan de Igualdad.
- Coordinar con las personas correspondientes, la correcta aplicación de las medidas adoptadas en todas las áreas de la empresa que se ven afectadas.
- Elaborar información sobre la aplicación del Plan de Igualdad, y propuestas para su mejora.
- Aplicar e informar sobre las posibles novedades legislativas que surjan relacionadas con alguna de las materias incluidas en el Plan de Igualdad.
- Podrá participar en las sesiones de la Comisión de Igualdad, contando con voz, pero sin voto, salvo que forme parte de alguna de las representaciones.

En 2010, se han negociado y firmado Planes de Igualdad, y se ha establecido un Procedimiento para la Gestión de los Riesgos Psicosociales y las situaciones de acoso en el entorno laboral para todas las empresas de Telecinco.

En 2010, la persona que lleva a cabo las funciones de **"Agente de Igualdad"** persona perteneciente a la Dirección del Área de Relaciones Laborales y que a su vez, forma parte de la Comisión de Igualdad, ha llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- **Formación especializada:** ha llevado a cabo una formación específica en materia de Agente de Igualdad para llevar a cabo el correcto desarrollo de las funciones.
- **Información del seguimiento:** en noviembre 2010 entregó a las Comisiones de Igualdad de Telecinco y Atlas España toda la información del seguimiento anual relativa a la aplicación de la igualdad de trato y no discriminación, así como sobre los aspectos a destacar acerca de la aplicación del Plan de Igualdad y otras medidas relacionadas.
- **Campaña de comunicación:** ha llevado a cabo una campaña de comunicación para que todos los trabajadores se encuentren informados de las medidas y los derechos que les son de aplicación, utilizando para ello los siguientes canales internos de comunicación:
  - Publicación de los textos íntegros de los Planes de Igualdad y el Procedimiento para la gestión del riesgo psicosocial y el acoso en el entorno laboral, en Cincot.Net/Portal del Empleado
  - Publicación de circulares informativas en el apartado de "Novedades" de Cinco.Net, junto con un e-mail de aviso a todos los correos corporativos de los/as empleadas, indicando cualquier novedad que se produzca en la materia.
  - Desarrollo de una Guía de Medidas de Conciliación para cada una de las empresas, que describe de forma explicativa las materias de Tiempo de trabajo, Maternidad, Paternidad, Lactancia, Reducciones de jornada, Excedencias y Beneficios Sociales. La Guía se encuentra publicada en el Portal del Empelado, pudiendo ser impresa para facilitar su consulta; así mismo incluye links a los diferentes impresos de solicitud correspondientes.
- **Comisión de Igualdad:** las comisiones de igualdad de Telecinco y Atlas España se han reunido previamente a la firma de cada de uno de sus Planes de Igualdad, con el objetivo de analizar el diagnóstico situacional de la empresa que ha sido entregado por RRHH, analizar las propuestas presentadas por ambas partes y aprobar el desarrollo del Plan de Igualdad definitivo.

Toda la información se encuentra disponible para todos los empleados tanto través de la Intranet o bien en el Portal del Empleado, siendo la Dirección de Área de Relaciones Laborales quien gestiona las materias relativas a igualdad y conciliación.

En 2010, el Ministerio de Sanidad, Política Social e Igualdad ha otorgado a Atlas España, el distintivo en materia de igualdad denominado "IGUALDAD EN LA EMPRESA".

Atlas ESPAÑA figura con este premio como una de las 36 empresas (entre las 600 candidatas) que destaca de forma relevante en la aplicación de políticas e implantación de políticas de igualdad.

ATLAS ESPAÑA 2010-2013

Las políticas de Telecinco en materia de **Igualdad de trato y no discriminación** se plasman en el desarrollo y aplicación de los propios Planes de Igualdad empresariales, así como en los Procedimientos específicos de prevención y actuación en situaciones de acoso por razón de sexo.

El Procedimiento para la gestión de los riesgos psicosociales y situaciones de acoso en el entorno laboral aplicable a Publiespaña y Publimedia Gestión (vigente desde mayo 2010) y a Telecinco, Atlas España, Conecta 5, Telecinco Cinema y Mediacinco Cartera (vigente desde noviembre 2009) aborda fundamentalmente las siguientes materias:

- Declaración empresarial de principios de igualdad de trato y no discriminación.
- Medidas preventivas orientadas a actuar en el origen de los riesgos.
- Desarrollo de procedimientos de intervención específicos.
- Seguimiento de las actuaciones llevadas a cabo.

El Grupo Telecinco considera que llevar a cabo una buena política de comunicación en materia de igualdad y no discriminación es fundamental para conseguir la aplicación real y efectiva de las medidas implantadas. Para ello, Telecinco difunde y mantiene a través de sus canales de comunicación interna toda la información relevante en esta materia, principalmente a través de las circulares informativas, en la Intranet corporativa (Cinco.Net) y en el Portal del Empleado, donde existe un apartado específico de "Igualdad", y donde se encuentra publicado el contenido íntegro del Plan de Igualdad y del Procedimiento para la gestión del riesgo psicosocial y las situaciones de acoso en el entorno laboral, lo que garantiza su conocimiento por toda la plantilla.

En 2010, no se ha producido ningún tipo de incidente en materia de discriminación en Telecinco. Así mismo, los diagnósticos de situación realizados previamente como base de desarrollo y fijación de objetivos de los Planes de Igualdad, no detectaron situaciones que pudieran considerarse discriminatorias o constitutivas de una desigualdad en el ámbito laboral por razón de sexo.

Los convenios colectivos de empresa y sector, recogen oficialmente las tablas salariales aplicables para cada una de las categorías profesionales y desarrollan el régimen retributivo aplicable, indicando los complementos salariales y sus condiciones. Al recogerse en convenio colectivo, existe una **asignación del salario base igualitaria entre hombres y mujeres**; el régimen económico se basa en aplicar el salario especificado en las tablas convencionales a la categoría correspondiente, independientemente del sexo.

Además de los textos de los convenios colectivos, disponibles y publicados en la Intranet para todos los empleados, en el Portal del Empleado existe una Guía Informativa en materia de igualdad y beneficios sociales con objeto de facilitar la difusión de las medidas a todas las personas de la empresa.

Beneficios sociales

- **Seguro de invalidez y fallecimiento** a favor de todos los empleados del grupo.
- **Complementos en incapacidad temporal;** complementándose al 100%, el salario funcional, complementos salariales personales y complementos de puesto de trabajo de convocatoria y turno
- **Complemento del salario** en las situaciones de suspensión del contrato de trabajo por maternidad y suspensión del contrato de trabajo por paternidad (durante el tiempo en que duren dichas situaciones se percibirá un complemento que sumado a la prestación de la Seguridad Social resulte equivalente al 100% del salario funcional y complementos personales).
- **Becas de estudio** (incluyendo idiomas) por importes de entre el 40% y el 75% para atender gastos de matrícula y honorarios de los centros de enseñanza.
- **Comedor** de personal gratuito para todos los empleados del Grupo, durante los días en que desarrollen actividad laboral.
- **Anticipos especiales,** además de los anticipos ordinarios sobre nómina o parte devengada de las pagas extras para atender situaciones diversas: adquisición de primera vivienda, desahucio de la vivienda, necesidad de reparaciones urgentes o imprescindibles en la misma, atención a la salud del trabajador o familiares, u otras situaciones excepcionales que pudieran originar un grave quebranto.
- **Subvención de gimnasio** para determinadas categorías profesionales.
- **Reparto de juguetes** en Navidad para hijos de empleados de hasta 17 años de edad.
- **Club del Empleado** (ofertas, descuentos). Los trabajadores pueden beneficiarse, por medio de una sección en la intranet corporativa, de diferentes ofertas, descuentos y promociones, en productos, actividades, espectáculos, centros de ocio etc,
- **Seguro médico** subvencionado por la empresa para Directivos del grupo y ofertas para el resto de empleados.
- **Servicio de ruta** para acceso al trabajo, que conecta las instalaciones de Telecinco con estaciones de Cercanías y de Metro, pese a la existencia de líneas públicas de autobuses urbanos e interurbanos.

Medidas de conciliación vida familiar/personal y laboral

- **Permiso por maternidad:** ampliación en 1 semana adicional, con carácter de permiso retribuido, a la previsión legalmente establecida (artículo 48.4, primer párrafo del Estatuto de los Trabajadores), para Atlas España, Conecta 5 y el Grupo Publiespaña.
- **Ampliación del permiso por lactancia acumulada:** a 13 días laborables (Atlas España y el Grupo Publiespaña); en aquellas empresas en las que le es aplicable el convenio colectivo de Oficinas y Despachos de la Comunidad de Madrid, prevé para la lactancia acumulada un permiso retribuido de 15 días laborables.
- **Flexibilidad horaria:** y Atlas España establecen, para aquellos departamentos que la organización del trabajo así lo permita, un margen de flexibilidad diaria en horario ordinario (continuado o partido) que se distribuye hasta en 30 minutos con anterioridad a la hora de entrada y/o pausa de comida del horario del trabajador/a y hasta 30 minutos con posterioridad a la hora de entrada y/o pausa de comida del horario del trabajador/a.
- **Protección al embarazo:** como medida adicional para favorecer la protección de la materni-

dad, las trabajadoras embarazadas disponen de la reserva de una plaza de aparcamiento en las instalaciones de Fuencarral, desde el mismo inicio de su estado de gestación; los convenios colectivos de Telecinco y Atlas España, establecen la posibilidad a las mujeres embarazas que estén asignadas a un horario por convocatoria (que implica alteraciones constantes de horario) el suspender temporalmente dicha asignación a partir del sexto mes de gestación y durante el período de lactancia; el Servicio de Prevención realiza un seguimiento y un control básico del embarazo en el centro de trabajo.

- **Fraccionamiento permiso retribuido:** en caso de nacimiento de hijo, fallecimiento, accidente, enfermedad grave y hospitalización o intervención quirúrgica sin hospitalización que precise reposo domiciliario, de un familiar de hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad, se establece la posibilidad de fraccionar 1 de los días de permiso en horas, para su utilización de una forma flexible acorde con las necesidades del/a trabajador/a y que favorezca la organización familiar.
- **Adelanto de días de vacaciones del año siguiente:** en caso de necesidad motivada por enfermedad grave de familiares hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad, se podrá anticipar el disfrute de hasta 5 días de vacaciones correspondientes al año siguiente, cuando se hayan agotado todos los días de vacaciones, así como, en su caso, los 3 de días de permiso para asuntos particulares, correspondientes al año en curso (Atlas España, Conecta 5 y Publiespaña).
- **Bolsa de horas retribuidas:** cada trabajador dispone de 25 horas anuales que posibilitan la realización de actividades personales, independientes de los permisos retribuido y permisos para asuntos particulares.

Trabajadores acogidos a beneficios sociales en 2010

MEDIDA	Nº BENEFICIARIOS 2010
SEGURO DE INVALIDEZ Y FALLECIMIENTO	**100% de los empleados**
COMPLEMENTO INCAPACIDAD TEMPORAL	**Telecinco:** 149
	Atlas España: 129
	Publiespaña: 26
	Publimedia: 4
	Telecinco Cinema: 1
	Conecta 5: 1
	Mediacinco Cartera: 1
COMPLEMENTO MATERNIDAD	**Telecinco:** 16
	Atlas España: 9
	Conecta 5: 1
COMPLEMENTO PATERNIDAD	**Telecinco:** 15
	Atlas España: 4

BECAS	**Telecinco:** 43
	Atlas España: 33
	Publiespaña: 9
	Publimedia: 3
	Telecinco Cinema: 3
ANTICIPOS ESPECIALES	**Telecinco:** 11
	Atlas España: 4
	Publiespaña: 16
	Publimedia: 3
SEGURO MÉDICO	Condiciones económicas más beneficiosas para el **100% de los empleados** que lo soliciten.
	Seguro Médico aplicable a todos los directivos y Jefes de Departamento (Grupo Publiespaña) que así lo soliciten. En 2010 es aplicable a 104 directivos y 13 Jefes de Departamento.
REPARTO JUGUETES (Navidad)	En 2010 se entregaron juguetes a los hijos de **595 trabajadores.**
COMEDOR DE PERSONAL GRATUITO (Madrid) /CHEQUES GOURMET (Delegaciones)	**100%** de los empleados
SUBVENCIÓN GIMNASIO (colectivos necesarios)	**11** personas.
CESTA DE NAVIDAD	**1.113** cestas entregadas.
SERVICIO DE RUTA	Aplicable al **100% de los empleados** (Madrid)
CLUB DEL EMPLEADO/A (ofertas en Cinco.Net)	Aplicable al **100% de los empleados**
APARCAMIENTO centro de trabajo Fuencarral	Pueden beneficiarse todos los empleados, teniendo una capacidad máxima de **560 plazas** (además de 50 plazas reservadas fuera de las instalaciones de Telecinco).

En lo relativo a los **convenios colectivos** de empresa, es decir en Telecinco y en Atlas España, la negociación se efectúa entre la Dirección de la Empresa y el Comité de Empresa de cada una de ellas por mayoría de las partes. Para el resto de las empresas de Telecinco se aplican los convenios colectivos de sector (Publicidad y Oficinas-Despachos).

A finales de 2010 se firmaron los Principios de Acuerdo que se traducirán en los futuros convenios colectivos vigentes para el año 2011 de Telecinco y Atlas España.

CONVENIOS APLICABLES EN 2010 POR EMPRESA:	
TELECINCO	8º Convenio Colectivo Gestevisión Telecinco (empresa)
ATLAS ESPAÑA	4º Convenio Colectivo Atlas España (empresa)
CONECTA 5	Convenio Colectivo Oficinas y Despachos Madrid (sector)
PUBLIESPAÑA	Convenio Colectivo Empresas Publicidad (sector)
PUBLIMEDIA GESTIÓN	Convenio Colectivo Empresas Publicidad (sector)
MEDIACINCO CARTERA	Convenio Colectivo Oficinas y Despachos Madrid (sector)
TELECINCO CINEMA	Convenio Colectivo Oficinas y Despachos Madrid (sector) y 8º Convenio Colectivo Gestevisión Telecinco (asimilados en determinadas condiciones)

	PERSONAL INCLUIDO EN CONVENIO COLECTIVO	PLANTILLA CUBIERTA POR CONVENIO COLECTIVO
TELECINCO	647	89,00%
ATLAS ESPAÑA	171	93,96%
CONECTA 5	6	66,67%
PUBLIESPAÑA	150	100,00%
PUBLIMEDIA GESTIÓN	25	100,00%
MEDIACINCO CARTERA	1	50,00%
TELECINCO CINEMA	19	100,00%

Las personas no cubiertas por convenio colectivo son Directivos o colectivos especiales, como por ejemplo artistas, que están excluidos expresamente de sus ámbitos de aplicación. La aplicación del Convenio, para los contratos directamente realizados por Telecinco no diferencia entre trabajadores fijos o temporales. En cuanto a los trabajadores temporales contratados a través de ETT se aplica la legalidad vigente, que supone la aplicación de las mismas condiciones de salario, jornada, etc., correspondientes al puesto ocupado.

La **libertad de asociación, la libertad sindical y la libertad de negociación colectiva**, son derechos fundamentales y como tales son reconocidos y respetados en todas las empresas del Grupo Telecinco.

Los trabajadores de Telecinco participan en la empresa a través de su representación unitaria y sindical. Existe un Comité de Empresa, elegido en 2007 y hasta 2011, que por el tamaño de su plantilla está formado por 21 miembros, con representación de 5 Delegados Sindicales. En Atlas España, existe un Comité de Empresa, elegido en 2008 y hasta 2012, que por el tamaño de su plantilla está formado por 9 miembros.

Los principales **sindicatos operantes** en Telecinco son UGT, CCOO, CGT, APLI y CSI-CSIF; en Atlas España, CGT y UGT. En el resto de empresas del Grupo Telecinco, no existe representación legal de los trabajadores. Un 81,60% de la plantilla total de Telecinco y Atas España se encuentra representada por los órganos de representación legal de los trabajadores.

La representación sindical de los trabajadores ha participado en todos los asuntos tratados en 2010 en la Comisión de Interpretación, en la Comisión de Igualdad, y en todos los asuntos tratados en materia de Seguridad y Salud en el trabajo a través del Comité de Seguridad y Salud, formado en igual número de miembros por la Dirección de la Empresa y los Delegados de Prevención.

En lo que respecta al **período mínimo de preaviso ante cambios organizativos**, los plazos mínimos de preaviso se encuentran especificados en los Convenios Colectivos de Empresa de Telecinco y de Atlas España, para el resto de empresas se aplican los plazos legales establecidos en los convenios del sector respectivos. En cuanto a los procedimientos de negociación con empleados ante cambios organizativos significativos, es de aplicación el Estatuto de los Trabajadores el cual prevé los procedimientos de información y consulta aplicables.

Evaluación del desempeño

El **Sistema de Evaluación del Desempeño** está implantado en las empresas del Grupo Publiespaña desde hace 15 años a los colectivos técnicos. En 2007, se extendió al resto de colectivos excepto a los Directivos que comenzaron en 2008. En 2010, han estado adscritos al Sistema todos los empleados del Grupo Publiespaña, exceptuando los Directores Generales. El Grupo se plantea extender el sistema de evaluación a las demás empresas, debiendo primero consolidar el proceso de integración con Cuatro, homogeneizando prácticas y procedimientos.

El Sistema de Gestión de Desempeño está mecanizado a través del Portal del empleado. Esta medida ha aportado al sistema mayor agilidad en la evaluación, fiabilidad en los datos históricos y transparencia en los resultados. Asimismo, el menor número de incidencias y el mayor compromiso con el proceso es un indicativo de que el sistema ha entrado en una fase de madurez.

El Sistema consiste en una evaluación del desempeño a principio de año en el que se incluye un apartado de mejoras/observaciones. A mitad de año se

hace una reunión de seguimiento, con el objetivo de evaluar la correcta implantación del sistema de evaluación por parte de los superiores. Las evaluaciones son tenidas en cuenta de cara a decisiones sobre carrera profesional y determinación de necesidades de formación.

Los Técnicos, Secretarias y Mandos intermedios cuentan con un bonus asignado, en función de los resultados. El resto de colectivos no tiene retribución variable vinculada al desempeño. Del mismo modo, el resto de Directivos del Grupo Telecinco tienen una parte de su retribución variable asociada a la evaluación del desempeño.

Porcentaje de empleados bajo el Sistema de Evaluación del Desempeño

PUBLIESPAÑA y PUBLIMEDIA GESTIÓN	97,8%
TELECINCO y ATLAS ESPAÑA	9,4%
TOTAL GRUPO	**24%**

Formación

Durante el año 2010 se ha mantenido la política en cuanto a la formación del equipo y a la vez, el Grupo Telecinco se ha preparado para la fusión con Cuatro. Se ha priorizado la formación en nuevas herramientas de gestión y renovación tecnológica, continuando con el plan iniciado en años anteriores. A su vez, en virtud de las actualizaciones legislativas en el sector audiovisual, se ha formado a los empleados en la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual y en materia de protección de datos personales regulada por la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD).

Por otro lado, se ha trabajado en el desarrollo de un Programa de Acogida destinado al Grupo Publiespaña, en el marco de la fusión con Cuatro, y en el Proyecto de Renovación Tecnológica de los Informativos, para la utilización del sistema AVID, que comenzó en diciembre y por el cual todas las personas que trabajan en Informativos deben formarse en esta nueva tecnología.

La evaluación y satisfacción de la formación impartida es evaluada al finalizar los programas formativos, mediante la cumplimentación de cuestionarios por parte de los asistentes, así como a través de reuniones periódicas con los responsables.

ACTIVIDADES FORMATIVAS	2008	2009	2010
Idiomas	136	123	94
Formación en grupos	912	634	574
Seminarios y congresos	94	77	215
Programas máster	6	4	6
Online	57	57	89
Becas	117	87	93

Alcance: Grupo Telecinco. Corresponde al número de asistentes a formación.

Horas de formación en 2010, desglosado por categoría laboral y por género

	Horas de formación por empleado, por categoría laboral						Ratio de horas de formación por categoría	
	2008		2009		2010		2010	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
DIRECTIVO	2375	2419	660	486	1282	363	18,65	11,74
JEFES DPTO.	1204	1968	497	377	428	823	12,75	19,48
PERIODISTA	110	190	75	125	99	182	2,09	2,55
EMPLEADOS y OPERARIOS	9391	6743	6111	9112	4164	4280	9,42	11,66
ETT	113	292	49	202	113	360	*	*
TOTAL	13193	11612	7392	10302	6086	6008	10,29	11,72

Alcance: Grupo Telecinco

* En lo que respecta a la formación brindada al personal contratado a través de ETT, no se efectúa el ratio de horas por persona dado que el sistema de registro contabiliza el número de contratos firmados y no el número de personas contratadas a través de ETTs, por lo que el hacer el ratio desvirtuaría la información- indicaría horas por contrato y no por persona, pudiendo una persona haber tenido más de un contrato.

Programas de formación en habilidades

	2010			2009		
EMPRESA	Nº ACCIONES	HORAS	ASISTENCIAS	Nº ACCIONES	HORAS	ASISTENCIAS
TELECINCO	13	217	21	8	388	31
PUBLIESPAÑA	4	262	14	18	3.316	48
PUBLIMEDIA GESTION	6	665	18	13	1.536	27
ATLAS ESPAÑA	1	13	1	1	200	8
CONECTA5	-	-	-	-	-	-
TELECINCO CINEMA	-	-	-	-	-	-
ETT	-	-	-	-	-	-
TOTAL GRUPO	21	1.157	54	28	5.440	114

En el año 2010 los Programas de Formación en competencias transversales llevado a cabo por Telecinco se han centrado en habilidades directivas, procesos de coaching individuales a directivos, habilidades comerciales dirigidas a ventas, formación en idiomas (inglés, francés e italiano) y formación en ofimática. En total las horas realizadas en el año en materias transversales han sido 4.528 horas, habiéndose focalizado el 37,44% de la formación realizada en el objetivo de aumentar la empleabilidad de nuestros profesionales.

Programas de formación transversal

En 2009, Telecinco y la Universidad Europea de Madrid pusieron en marcha el primer Master universitario de Creación y Gestión de Contenidos Audiovisuales, un título de postgrado que dio comienzo el curso académico 2010-2011 y es el único dirigido al circuito de la cadena de valor de la empresa televisiva.

El Master consta de 500 horas lectivas y prácticas (prácticas previstas en empresas del Grupo Telecinco y empresas productoras de Tv. de su entorno), distribuidas en 9 meses. Telecinco se reserva 5 plazas gratuitas para sus empleados En 2010 se han impartido 98 horas de formación; de ellas, 87 han sido impartidas por los profesionales de Telecinco, y el resto, por el claustro de la Universidad. Esta formación ha dado cobertura a los módulos I, II y V del programa (Tecnología Audiovisual, Canales de Emisión y distribución y Modelos y Habilidades Empresariales).

A su vez, se han organizado visitas de los alumnos a Telecinco, quienes pudieron presenciar decorados y grabaciones de series (Tierra de Lobos y Hospital Central entre otros) y programas de reality (Gran Hermano), así como participar en conferencias con profesionales de alto prestigio en el sector como Ana Rosa Quintana y Manuel Villanueva (Director General de Contenidos), los cuales han dado a conocer a los alumnos una visión muy práctica del día a día en una televisión.

La primera edición del Máster ha tenido tal acogida que se ha generado demanda para la realización de una segunda edición.

	2010		
EMPRESA	Nº ACCIONES	HORAS	ASISTENCIAS
TELECINCO	17	892	36
PUBLIESPAÑA	10	2.110	98
PUBLIMEDIA GESTION	10	962	32
ATLAS ESPAÑA	5	280	7
CONECTA5	-	-	-
TELECINCO CINEMA	1	40	2
ETT	3	244	5
TOTAL GRUPO	**36**	**4.528**	**180**

PREVENCIÓN RIESGOS LABORALES

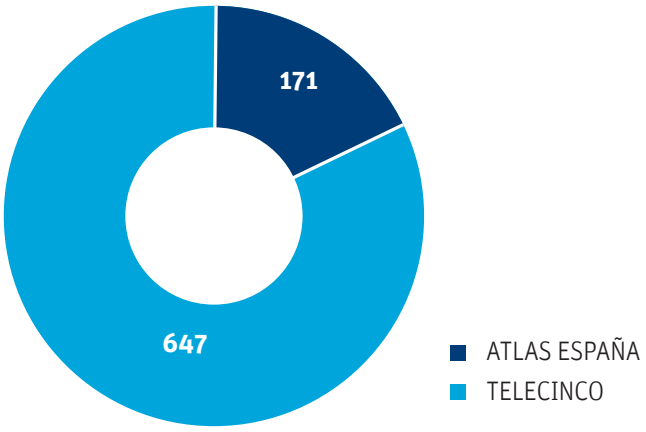
Enmarcado en la política del Grupo en materia de Prevención de Riesgos Laborales (PRL), en abril de 2010 se firmó el Plan de Prevención 2010-2014 para todo el Grupo Telecinco para así dar continuidad a las actividades de prevención existentes.

Este Plan se circunscribe a la actividad desarrollada por los trabajadores de las empresas del Grupo Telecinco asociadas a la Mancomunidad, en todos los Centros de Trabajo de la misma así como, en el marco en el que les afecte, a los trabajadores de aquellas otras empresas o instituciones con los que se compartan dichos Centros, marcando las pautas de actuación en materia de prevención.

Su puesta en práctica se refleja en los Programas Anuales de Prevención previstos para cada ejercicio, donde se recogen las acciones concretas y específicas de cada empresa integrada en la Mancomunidad. El Plan de Prevención 2010-2014 recoge la Política de Prevención de Riesgos Laborales y la Política Medioambiental del Grupo, accesibles a toda la plantilla a través de la intranet corporativa.

Existen dos comités de Seguridad y Salud, uno en Atlas y otro en Telecinco, cuya composición, funciones y competencias se establecen en los artículos 44 y 42 de cada Convenio Colectivo, respectivamente. Tienen, entre otros cometidos, el de participar en la elaboración, puesta en práctica, y evaluación de los programas de prevención de riesgos en la empresa; promover iniciativas sobre métodos y procedimientos preventivos de riesgos laborales, conocer y analizar los daños producidos en la salud o en la integridad física de los trabajadores, con objeto de valorar sus causas y proponer las medidas preventivas oportunas.

Trabajadores representados en Comités de Salud y Seguridad conjuntos



Como reflejo de su compromiso con la prevención de riesgos laborales y su participación activa en la búsqueda de mejora continua y compartida de las condiciones laborales, Telecinco participa en la Asociación Española de Servicios de Prevención Laboral (AESPLA), destacándose la firma en 2010 por parte de AESPLA, de un convenio marco de colaboración con el Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo.

Como en años anteriores, Telecinco ha continuado formando a sus empleados en aquellas materias relacionadas con riesgos que afectan, de manera particular, a los profesionales del sector audiovisual. De la misma manera, ha realizado las actividades necesarias para garantizar el correcto funcionamiento de equipos técnicos y humanos ante situaciones de emergencia (evaluaciones de riesgo de locales y programas, inspecciones de seguridad, simulacros, o formación de equipos en segunda intervención, entre otras).

FORMACIÓN EN PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES 2010			
PROGRAMA FORMATIVO	Participantes	Duración	Total horas
OPERADORES DE MINICARGADORA JCB ROBOT-160-M	11	15	165
CURSO DE EXTINCIÓN DE INCENDIOS	7	8	56
PREVENCIÓN RIESGOS ELÉCTRICOS	12	6	72
MANEJO DE LA VOZ. LOCUCIÓN Y PERSUASIÓN INFORMATIVA	3	20	60
INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS EPIDEMIOLÓGICOS Y AL ABORDAJE DE BROTES EN SALUD LABORAL	1	25	25
TOTAL	34		378

Total horas: Participantes*Duración del curso

Alcance: Los datos aportados engloban a la plantillas de las sociedades del Grupo Telecinco, así como al personal contratado por ETT

ABSENTISMO	2008	2009	2010
ACCIDENTE LABORAL CON BAJA	11	8	10
ACCIDENTE LABORAL IN ITINERE	11	13	8
ENFERMEDAD COMÚN	285	339	288
ACCIDENTES NO LABORALES	16	13	7
MATERNIDAD Y PATERNIDAD	33	60	55
ENFERMEDAD PROFESIONAL	-	-	-
TOTAL DE DIAS PERDIDOS	ND	ND	11.865

Alcance: TELECINCO, ATLAS ESPAÑA, PUBLIESPAÑA, PUBLIMEDIA GESTIÓN, CONECTA 5, TELECINCO CINEMA, MEDIACINCO CARTERA. Las sociedades Las Grupo Editorial y Factoría de Ficción no tienen trabajadores en plantilla.
ND: no disponible

ÍNDICE DE ACCIDENTABILIDAD	2008	2009	2010
ÍNDICE DE FRECUENCIA	5,44	4,11	5,28
ÍNDICE DE INCIDENCIA	9,28	7	9
ÍNDICE DE GRAVEDAD	0,05	0,039	0,08

Índice de frecuencia = nº ALCB x 1000000 / Horas trabajadas = 10 x 1000000 / 1704 x 1111
Índice de incidencia = nº ALCB x 1000 / media trabajadores = 10 x 1000 /1111
Índice de gravedad = jornadas perdidas ALCB x 1000 /horas trabajadas = 161 x 1000 / 1704 x1111

Desempeño Ambiental

Si bien la actividad desarrollada por el Grupo Telecinco no es una actividad que genere impactos ambientales significativos, se asume un compromiso de desempeñarla de manera sostenible en cuanto al uso eficiente de recursos naturales y la gestión responsable de los residuos generados. Este compromiso se ve plasmado en la Política Medioambiental.

Política medioambiental

- Cumplimiento de la legislación ambiental vigente, y cualquier otro requisito que la organización suscriba, así como la adopción de futuras normas de aplicación.
- Reducción y prevención del impacto ambiental de las actividades de la compañía, controlando y disminuyendo, en la medida de lo posible, los consumos de energía y recursos, mediante la aplicación de procesos más eficientes
- Definición de programas que establezcan objetivos y metas orientadas a una mejora continua del desempeño ambiental de la compañía, y permitan, al mismo tiempo, un seguimiento periódico de la marcha de las actuaciones implantadas
- Transparencia informativa a sus grupos de interés, de las actividades de la compañía, y los impactos ambientales relacionados
- Sensibilización en materia de medio ambiente a empleados y proveedores, por medio de actividades informativas y formativas, que promuevan la implicación de todo el Grupo en una correcta gestión de la empresa

Telecinco ha identificado oportunidades de inversión en las estructuras físicas y en los sistemas operativos, que permitirán reducir impactos ambientales y generarán ahorros económicos. Estas inversiones permitirán gestionar los espacios de trabajo densamente poblados de manera más eficiente así como repercutir positivamente en la gestión del gasto económico.

En línea con la Política Medioambiental definida, con el manual de gestión ambiental en fase de aprobación, el Grupo Telecinco ha continuado con la implantación de iniciativas para mejorar su desempeño ambiental, con el objetivo de reducir el consumo energético, incrementar el reciclado de residuos y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

El Servicio de Prevención Mancomunado es quien centraliza la gestión medioambiental del Grupo Telecinco. Las principales instalaciones gestionadas son las oficinas y estudios de Fuencarral y Villaviciosa, situados en Madrid, siendo las instalaciones de Fuencarral las más representativas, recibiendo una afluencia diaria de 1400 personas aproximadamente.

Telecinco siempre tiene en consideración el posible impacto que puede tener la realización de sus programas cuando estos transcurren en exteriores, sobre todo en casos en el que su producción podría afectar a los ecosistemas salvajes. Por citar un ejemplo, en la edición de Supervivientes Honduras diferentes organismos internacionales colaboraron junto a la productora Magnolia TV para que el trabajo no dañara el medio ambiente donde, entre otras cautelas, se instalaron con suma sutileza más de 4.200 metros de fibra óptica por debajo del mar sin que estos rozaran las barreras coralinas de la zona.

En el caso de Supervivientes 2010, Perdidos en Nicaragua, Telecinco y la productora Magnolia TV tuvieron la iniciativa de colaborar con la ecotienda online www.citrusparadis.com, perteneciente al Grupo Intercom, para utilizar en el programa productos ecológicos (entre ellos tubos de pasta de dientes, cremas solares , pastillas de jabón, crema hidratante aftersun, o champú) que no dañaran el medio ambiente, alineado a una imagen sana y protectora del planeta, en total adecuación con la naturaleza del lugar donde se realizaba el programa.

Consumos

Consumo de agua, energía y materiales

CONSUMOS TOTALES	2008	2009	2010
Agua (m^3)	25.164	24.255	27.011
Electricidad (GJ)	58.237	58.729	59.611
Gasóleo (GJ)	215	79	63
Propano (GJ)	720	543	574
Gas Natural (GJ)	1.019	1.058	1.469
Papel (kg)	34.117	20.781	22.805
Pilas/baterías (kg)	1.613	1.728	2.543
Tóners (unidades)	875	724	653

Alcance: Grupo Telecinco, excepto Cinematex Media, Telecinco Cinema y sedes Publiespaña en Barcelona y Alicante
Nota: m^3= metros cúbicos; GJ= gigajulio; kg= kilogramo

Consumo de energía desglosado por fuente

	Mix eléctrico español [1]	Consumo 2010 (GJ)
Carbón	15,93%	9.495
Gasóleo	5,74%	3.420
Gas	38,75%	23.096
Biomasa	0,79%	470
Residuos	0,50%	297
Nuclear	18,80%	11.205
Hidráulica	8,32%	4.961
Solar Fotovoltaica	0,82%	487
Solar Termal	0,01%	3
Eólica	10,26%	6.118
Otras	0,10%	58
Producción total		59.611

[1] Datos de la Agencia Internacional de la Energía (2008), accesible en www.iea.org/stats/units.as

En 2010, se ha producido un incremento de cerca del 7% en la actividad de platós en las instalaciones de Fuencarral respecto de 2009, impactando en cierta medida sobre los consumos del ejercicio.

El consumo de **agua** en 2010 ha aumentado ligeramente respecto al año anterior (5%) debido, en gran medida, al inicio de las obras de construcción del nuevo edificio en las instalaciones de Fuencarral, a partir de agosto 2010.

El consumo **eléctrico** por su parte ha experimentado un escaso incremento (1,5 %) que, teniendo en cuenta que en último trimestre del año comenzaron a realizarse algunas modificaciones en las instalaciones técnicas que han requerido un aumento del dimensionado de la climatización y equipamiento técnico para dar cabida a la integración de Cuatro, supone un reconocimiento a las medidas puestas en marcha para encaminar la gestión eficiente de los recursos energéticos.

Dentro del plan de renovación de equipamiento se ha comenzado a cambiar la iluminación de plató, sustituyendo la lámpara de incandescencia por la fluorescente o fría, y por tecnología LED. Con este plan a tres años se espera reducir el consumo eléctrico derivado directamente por la propia utilización de la lámpara, pero también de forma indirecta, al generar menos calor y por consiguiente, una menor demanda de climatización en los estudios. Puede decirse que, actualmente, cerca del 40% de la iluminación en los estudios es de luz de bajo consumo o fría, y se está trabajando para aumentar este porcentaje al 60% en 2011.

Asimismo, se han sustituido 95 pantallas de iluminación de 22W por otras de 14W de alto rendimiento; esto supone un ahorro del 47% de energía y la tendencia es ir, progresivamente, sustituyendo todas esas pantallas. Paralelamente, con el cambio de formato de vídeo para producir (pasando de 4:3 a 16:9), se sustituyeron los antiguos monitores de tubo por monitores de tecnología plana. Los monitores sustituidos fueron reciclados mediante gestores autorizados.

Continuando con la tendencia marcada en ejercicios anteriores, en 2010 se instalaron 45 mts2 adicionales de láminas solares en fachadas de edificios, completando así los objetivos marcados. Con esta medida se espera reducir el consumo eléctrico en concepto de climatización.

Por otra parte, se encargó a la empresa especializada DRK la realización de un estudio acerca del cambio del tipo de iluminación en las instalaciones, pasando de incandescencia o fluorescencia a LED, con el objetivo de reducir el consumo eléctrico. Los resultados de dicho estudio fueron entregados en el cuarto trimestre del año y las primeras actuaciones serán puestas en marcha en el primer trimestre de 2011.

Enmarcado en las medidas de concienciación de los trabajadores de cara a un uso responsable de los recursos naturales escasos, en el mes de Junio se sacó nuevamente una nota pública a través de la Intranet, donde se invitaba a todos los trabajadores a hacer un uso controlado de la energía eléctrica en las instalaciones. Por otra parte, se puso en marcha un plan de comunicación a los Jefes de Estudio para que durante los programas se mantengas las puertas de los platós cerradas a efectos de evitar fugas de climatización.

Paralelamente, se llevan a cabo medidas de forma continuada tendientes a promover un consumo energético sostenible; entre ellas, bajar la iluminación de plató en las pausas de publicidad en los directos y en los “tiempos muertos” en los grabados; sustituir paulatinamente pantallas de alumbrado en zonas comunes, por nuevas de bajo consumo y mayor rendimiento; mantener el horario reducido del alumbrado de parking y carteles de fachada; revisión diaria programada por parte del personal de Conservación y Mantenimiento, de todas las instalaciones al término de la jornada, con el objetivo de apagar elementos que hayan quedado encendidos; o bien revisar y renovar las parábolas interiores de los focos de iluminación en platós, con lo que se consigue aumentar el rendimiento

del foco y un ahorro de energía eléctrica y calorífica considerable.

El consumo de **gas propano** también se ha visto incrementado en 2010 (cerca de un 5%), y ello obedece fundamentalmente al aumento del número de comidas gestionadas en las cocinas durante el año, así como al hecho de que la cafetería permaneciera abierta durante el mes de agosto, mientras que en 2009 se cerró por reformas.

El incremento en 2010 en el consumo de **pilas** obedece al aumento de producción en directo y, en particular, en aquellas en las que el número de micrófonos es muy elevado- cabe recordar que para los directos siempre se usan baterías nuevas. Grandes producciones como el Mundial de Fútbol, la gran Gala de los 20 años o el programa "Más que baile" han contribuido, sin duda, a este aumento.

En cuanto a los criterios que guían la compra, para el toner el proveedor cuenta con la certificación ISO 9001 (2000), la producción se realiza de acuerdo a DIN 33870; tiene certificación Nordic Swan en cuatro países escandinavos y de acuerdo con el test Standard ISO 10561. Para el papel, el proveedor cuenta con certificados OSHSAS 18001, EMAS, ISO 9001, ISO 14001, European Eco-Label, BfR Food Certificate, ISO 9706, PEFC Chain-of-Custody, 94/62 EC Heavy Metal Certificate y FSC Chain of Custody.

Residuos

Los residuos generados por el Grupo Telecinco son gestionados por gestor autorizado. Así, entre otros, los equipos informáticos desechados son gestionados por RECYTEL; los residuos procedentes de lámparas y fluorescentes utilizados, a través de la Asociación AMBILAMP; y el reciclaje de aparatos móviles en desuso, a través de ZONZOO.

Los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos se gestionan a través del Almacén técnico. Todo el equipamiento técnico actual es adquirido bajo normativa RoHS (directiva 2002/95/CE /, trasposición al Real Decreto, R.D. 208/2005), abonando en el momento de la compra su retirada al final de la vida útil y el reciclaje correspondiente respetuoso con el medio ambiente, garantizando la adecuada gestión de los residuos generados por el proceso de renovación a consecuencia de la obsolescencia técnica prevista o sobrevenida.

Los residuos orgánicos se generan únicamente en la zona de cafetería/comedor, y es el personal de esta dependencia quien segrega los residuos según su destino (orgánicos, envases plásticos, vidrio), siendo este espacio común el único donde está permitido el consumo de productos de alimentación.

Los trabajadores segregan el papel, las pilas/baterías, cintas, etc. mediante su depósito en contenedores específicos distribuidos por las instalaciones.

RESIDUOS GESTIONADOS (KG)	2008	2009	2010
Papel/cartón	97.855	93.050	81.520
Cintas	20.665	16.542	25.018
Pilas/baterías	1.500	1.900	2.860
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos	23.324	17.900	19.240
Restos de pintura, aerosoles y envases metálicos/plásticos contaminados	742	417	729

Alcance: todas las sedes del Grupo Telecinco, excepto las situadas fuera de Madrid debido a que no se lleva a cabo el programa de recogida de residuos, dada su escasa magnitud.

Vertidos

Los vertidos que realiza Telecinco, se hacen a través de la red urbana de saneamiento.

Emisiones

Telecinco, consciente del impacto que tienen sus actividades en la generación de gases de efecto invernadero, ha continuado tomando medidas para minimizar el mismo.

Así, se ha renovado maquinaria de climatización, siguiendo con la política de renovación de GASES R-22, y en 2010 se han sustituido 400 kg de Gas HCFC tipo R-22 por el R-422-D para climatización, atendiendo el reglamento 2037/2000/CEE. Por otra parte, el traslado a Sudáfrica del material técnico, Unidad Móvil y demás, para la retransmisión del Mundial de Fútbol, se realizó en barco como medio de transporte menos contaminante.

Telecinco continúa el camino iniciado en el reporte de sus emisiones de acuerdo al GreenHouse Gas Protocol Corporate Standard, de World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y World Resources Institute (WRI), que proporciona una serie de herramientas para ayudar a las empresas a calcular sus emisiones atmosféricas desde diferentes focos (electricidad consumida, viajes de negocios, etc) como consecuencia de la actividad generada a lo largo del año. Para más información visitar www.ghgprotocol.org.

EMISIONES ATMOSFÉRICAS (Tn)	2008	2009	2010
CO_2 de energía consumida por Combustible[1]	113,75	94,55	116,01
CO_2 derivado de la electricidad consumida[2]	6.470,83	6.362,33	6.457,82
CO_2 derivado del transporte aéreo[3]	954,7	532,5	700,58
CO_2 derivado del transporte terrestre[3]	2.200,30	1.880,10	1.201,29
▪ Vehículos de propiedad de Telecinco[4]	62,1	45,8	69,55
▪ Transporte colectivo (Ruta)[5]	166,4	141,2	111,90
▪ Vehículos no propiedad de Telecinco	1.898,4	1.604,29	955,64
▪ Transporte Ferroviario	73,4	88,9	64,2

OTRAS EMISIONES CONTAMINANTES (Tn) [6]	2008	2009	2010
SOX	13,48	13,57	13,78
NOX	7,35	7,39	7,54
PARTICULAS	0,56	0,56	0,57
CO	2,73	2,74	2,80
COVNM	0,06	0,06	0,06

Alcance: Grupo Telecinco, Telecinco Cinema, y sedes de Publiespaña en Barcelona y Alicante.

[1] 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories.
[2] Factores de emisión correspondiente al mix eléctrico español.
[3] Mobile Combustion GHG Emissions Calculation Tool. Versión 2.0.
[4] El dato de kilómetros disponible es el número contratado por año para cada vehículo alquilado.
[5] Ruta en autobús para empleados.
[6] EMEP/EEA air pollutant emission inventory guidebook- 2009.

Verificación externa

pwc

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2010 DE GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A.

A la Dirección de Gestevisión Telecinco, S.A.:

Alcance del trabajo

Hemos realizado la revisión de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 de Gestevisión Telecinco, S.A. a lo señalado en la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3).

La preparación del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010, así como el contenido del mismo, son responsabilidad de la Dirección de Gestevisión Telecinco, S.A. la cual también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information-Limited Assurance Engagements* emitida por el International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) y con la Guía de Actuación para los trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España.

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección, así como a las diversas unidades de Gestevisión Telecinco, S.A. que han participado en la elaboración del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que, con carácter general, se describen a continuación:

- Reuniones con el personal de Gestevisión Telecinco, S.A. para conocer los enfoques de gestión aplicados y obtener la información necesaria para la revisión externa.
- Análisis de los procesos para recopilar y validar los datos presentados en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010.
- Revisión de las actuaciones realizadas en relación con la identificación y consideración de las partes interesadas a lo largo del ejercicio, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 en función del entendimiento de Gestevisión Telecinco, S.A. de los requerimientos de los grupos de interés.
- Análisis de la adaptación de los contenidos del Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
- Revisión de la información relativa a los enfoques de gestión aplicados a cada grupo de indicadores.
- Comprobación, mediante pruebas de revisión en base a la selección de una muestra, de la información cuantitativa y cualitativa de los indicadores principales incluidos en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información de Gestevisión Telecinco, S.A..

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L., Paseo de la Castellana, 43, 28046 Madrid , España
T: +34 915 684 400 F: +34 913 083 566, www.pwc.com/es

R. M. Madrid, hoja 87.250-1, folio 75, tomo 9.267, libro 8.054, sección 3ª. Inscrita en el R.O.A.C. con el número S0242 - CIF: B-79 031290

El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto la seguridad proporcionada es también menor.

El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusión

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010 de Gestevisión Telecinco, S.A. contiene errores significativos o no ha sido preparado, en todos sus aspectos significativos, de acuerdo con la guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3).

PricewaterhouseCoopers Auditores, S.L.

Antonio Vázquez
Socio

4 de abril de 2011

2

Cuadro de Indicadores GRI

1. Estrategia y análisis	Nivel de Reporte	Páginas
1.1 Declaración del Presidente.	Completo	7
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Completo	7-9; IAGC 50-53

2. Perfil de la organización	Nivel de Reporte	Páginas
Perfil de la Organización		
2.1 Nombre de la organización.	Completo	11
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	Completo	11-15
2.3 Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (*joint ventures*).	Completo	12; 18-19
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	Completo	11
2.5 Localización y nombre de los países en los que se desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	Completo	5, 11
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Completo	11
2.7 Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	Completo	11-16
2.8 Dimensiones de la organización informante (incluyendo número de empleados, ventas o ingresos netos, capacitación total, cantidad de producto o servicio prestado).	Completo	21-22
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por el informe en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Completo	14
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el período informativo.	Completo	36, 95

3. Parámetros del informe	Nivel de Reporte	Páginas
Perfil del informe		
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en el informe.	Completo	4
3.2 Fecha del informe anterior más reciente.	Completo	4
3.3 Ciclo de presentación de informes (anual, bienal, etc.).	Completo	4
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas al informe o su contenido.	Completo	5
Alcance y cobertura del informe		
3.5 Proceso de definición del contendido del informe.	Completo	4-5
3.6 Cobertura del informe.	Completo	4-5
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura del informe.	Completo	4
3.8 Información sobre negocios compartidos (*joint ventures*), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas, y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Completo	5

3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información del informe.	Completo	4
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a informes anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	Completo	CA 17-24
3.11 Cambios significativos relativos a períodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados al informe.	Completo	4, 12
Índice del contenido del GRI		
3.12 Tabla que indica la localización de los Contenidos del informe.	Completo	121-131
Verificación		
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa del informe.	Completo	4
4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés	**Nivel de Reporte**	**Páginas**
Gobierno		
4.1 Estructura de gobierno de la organización.	Completo	51-54
4.2 Indicar si el presidente ocupa un cargo ejecutivo.	Completo	IAGC 29
4.3 Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Completo	IAGC 14-15
4.4 Mecanismos de lo accionistas y empleados para comunicar recomendaciones e indicadores al máximo órgano de gobierno.	Completo	48-49; IAGC 35, 59
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.	Completo	IAGC 23-24
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Completo	IAGC 50
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para guiar la estrategia de la organización en aspectos sociales, ambientales y económicos.	Completo	IAGC 26-28
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y políticas referentes al desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implantación.	Completo	49, 57, 109
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos los riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Completo	IAGC 40-47
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Completo	IAGC 28

Compromisos con iniciativas externas		
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Completo	55-57
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra organización suscriba o apruebe.	Completo	49
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca y/o entes nacionales e internacionales a las que a organización apoya.	Completo	48-49
Participación de los grupos de interés		
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Completo	48-49
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Completo	47-49
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Parcial	*
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración del informe.	Parcial	4-5

ENFOQUE DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN/ INDICADORES CENTRALES		Nivel de Reporte	Páginas
DIMENSION ECONÓMICA			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
DESEMPEÑO ECONOMICO			
EC1 (P)	Valor directo generado y distribuido.	Completo	41
EC2 (P)	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Completo	*
EC3 (P)	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Completo	*
EC4 (P)	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Completo	21
EC5 (A)	Rango de las relaciones entre el salario inicial y estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No reportado	
PRESENCIA EN EL MERCADO			
EC6 (P)	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Completo	58-59

EC7 (P)	Procedimiento para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Completo	87; 92
IMPACTOS ECONOMICOS INDIRECTOS			
EC8 (P)	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Completo	85, 64-80
EC9 (A)	Entendimiento y descripción de lo impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Parcial	21-22; 65-70; 72-73

DIMENSION AMBIENTAL

ENFOQUE DE GESTIÓN

MATERIALES			
EN1 (P)	Materiales utilizados, por peso o volumen.	Completo	111
EN2 (P)	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	Completo	*
ENERGÍA			
EN3 (P)	Consumo directo de energía, desglosado por fuentes primarias.	Completo	111
EN4 (P)	Consumo indirecto de energías desglosado por fuentes primarias.	Completo	111
EN5 (A)	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Completo	112
EN6 (A)	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Completo	112
EN7 (A)	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Completo	113
AGUA			
EN8 (P)	Captación total de agua por fuentes.	Completo	*
EN9 (A)	Fuentes de agua y afectados de manera significativa por la captación de agua.	Completo	*
EN10 (A)	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Completo	*
BIODIVERSIDAD			
EN11 (P)	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de los terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Completo	*

EN12 (P)	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Completo	110
EN13 (A)	Hábitats protegidos o restaurados.	Completo	*
EN14 (A)	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Parcial	110
EN15 (A)	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	Completo	*
EMISIÓN, VERTIDOS Y RESIDUOS			
EN16 (P)	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Completo	114
EN17 (P)	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Completo	115
EN18 (P)	Iniciativas para reducir la emisión de gases de efecto invernadero y reducciones logradas.	Completo	114
EN19 (P)	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Completo	114
EN20 (P)	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	Completo	115
EN21 (P)	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Completo	*
EN22 (P)	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	Completo	113
EN23 (P)	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Completo	*
EN24 (A)	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideren peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	Completo	*
EN25 (A)	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y agua escorrentía de la organización informante.	Completo	*
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
EN26 (P)	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	Completo	109-104
EN27 (P)	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	Completo	*

CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
EN28 (P)	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Completo	*
TRANSPORTE			
EN29 (A)	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como el transporte de personal.	Completo	*
GENERAL			
EN30 (A)	Desglose por tipo total de gastos e inversiones ambientales.	No reportado	

DIMENSION SOCIAL: PRACTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
EMPLEO			
LA1 (P)	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Completo	89-91
LA2 (P)	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	Completo	89-93
LA3 (A)	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Completo	*
RELACIONES EMPRESA/ TRABAJADORES			
LA4 (P)	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	Completo	100
LA5 (P)	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificas en los convenios colectivos.	Completo	101
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
LA6 (A)	Porcentajes del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Completo	105
LA7 (P)	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	Completo	107
LA8 (P)	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Completo	105-106

LA9 (A)	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No reportado	
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN			
LA10 (P)	Promedio de horas de formación, desglosado por categoría de empleado.	Completo	102-103
LA11 (A)	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomente la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Completo	103-104
LA12 (A)	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Completo	102
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
LA13 (P)	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Completo	53-54; 89-90
LA14 (P)	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Completo	96

DIMENSION SOCIAL: DERECHOS HUMANOS			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y APROVISIONAMIENTO			
HR1 (P)	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Completo	*
HR2 (P)	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	Completo	58
HR3 (A)	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	No reportado	
NO DISCRIMINACIÓN			
HR4 (P)	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Completo	96
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS			
HR5 (P)	Actividades de la compañía en las que el derecho a asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Completo	*

EXPLOTACIÓN INFANTIL			
HR6 (P)	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Completo	57
TRABAJOS FORZADOS			
HR7 (P)	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Completo	*
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
HR8 (A)	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Completo	57
DERECHOS DE LOS INDÍGENAS			
HR9 (A)	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Completo	*

DIMENSION SOCIAL: SOCIEDAD			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
COMUNIDAD			
SO1 (P)	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Completo	*
CORRUPCIÓN			
SO2 (P)	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Completo	*
SO3 (P)	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Parcial	*
SO4 (P)	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	Completo	*
POLÍTICA PÚBLICA			
SO5 (P)	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de *lobbying*.	Completo	49
SO6 (A)	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	No reportado	

COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL			
SO7 (A)	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Completo	*
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
SO8 (P)	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Completo	57

DIMENSION SOCIAL: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO			
ENFOQUE DE GESTIÓN			
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE			
PR1 (P)	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categoría de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Completo	*
PR2 (A)	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a impactos de los productos y servicios en la salud y seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultados de dichos incidentes.	Completo	*
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
PR3 (P)	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Completo	57
PR4 (A)	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Completo	57
PR5 (A)	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	No reportado	
COMUNICACIONES DE MARKETING			
PR6 (P)	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Completo	57;84
PR7 (A)	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función de tipo de resultado de dichos incidentes.	Completo	57

PRIVACIDAD DEL CLIENTE			
PR8 (A)	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales del cliente.	Completo	57
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
PR9 (P)	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Completo	57

Notas:
CA: Cuentas Anuales Consolidadas 2010
IGC: Informe de Gobierno Corporativo 2010.
* este indicador se explica en Información Aclaratoria

*	INFORMACIÓN ACLARATORIA
4.16	Telecinco adopta diversos mecanismos para incluir los requerimientos de sus grupos de interés: mediante la realización de roadshows recoge las inquietudes de los accionistas; mediante las mediciones de audiencia toma el pulso a la adecuación de los contenidos que ofrece con lo que desea su audiencia, también mediante los foros y blogs abiertos en la página web mantiene el diálogo con su audiencia así como mediante el buzón rc@telecinco.es.
EC2(P)	Dada la actividad de Telecinco, los riesgos/oportunidades derivados del cambio climático no influyen de manera significativa en el negocio.
EC3(P)	No existe una estructura de planes de pensiones como beneficio social otorgado por la empresa.
EN2(P)	Telecinco no tiene constancia de los materiales utilizados que sean valorizados.
EN 8(P) EN 9(A) EN 21(P)	Telecinco tiene sus sedes en terrenos urbanos por lo que, tanto la captación como el vertido de agua se realiza a través de la red urbana.
EN10(A)	Telecinco utiliza el agua proveniente de la red urbana, no utilizando agua reciclada o reutilizada
EN 11(P)	Las instalaciones gestionadas directamente por el Grupo Telecinco se encuentran en polígonos industriales o zonas urbanas, alejadas de espacios naturales protegidos
EN 13(A), EN 15(A), EN 24(A), EN 25(A)	Indicador no material, Telecinco no tiene incidencia directa significativa en estos aspectos
EN 23(P)	Dada la naturaleza de las actividades del Grupo Telecinco, no existe riesgo relevante de derrames de sustancias peligrosas
EN 27(P)	Dada la actividad del Grupo Telecinco, los residuos de materiales de embalaje producidos se consideran no materiales. De todos modos, el Grupo tiene cubiertas sus responsabilidades como productor de residuos, a la vez que gestiona todos los residuos que se producen por los productos que se adquieren.
EN 28(P)	Telecinco no ha sido objeto de ninguna multa o sanción significativa por incumplimiento de la normativa medioambiental
EN 29(A)	Telecinco no tiene impactos ambientales significativos derivados del transporte de productos y otros bienes materiales; acerca de los impactos del transporte del personal, éstos se detallan en las emisiones de CO^2
LA 3(A)	Los beneficios sociales se aplican a todos los empleados por igual, independientemente de la jornada realizada.
HR1(P)	No existen acuerdos de inversión significativos en Telecinco que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos
HR 5(P)	Telecinco no identifica actividades en las que puedan verse afectados el derecho a la asociación o acogimiento a convenios colectivos
HR 7(P)	Telecinco desarrolla toda su actividad en países miembros de la OCDE por lo que no se considera un significativo la posibilidad de existencia de episodios de trabajo forzado. Adicionalmente a la normativa existente, Telecinco es firmante del Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2006, reforzando su compromiso con los derechos humanos.
HR 9(A)	No han existido incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas
SO 1(P)	Dada la naturaleza de las actividades de Telecinco, la gestión indirecta del Servicio Público de Televisión, no se considera aplicable la evaluación de entrada, operación o salida, dado que la actividad tiende a mantener una continuidad en los servicios prestados.
SO 2(P)	Los riesgos vinculados a la corrupción son analizados para el conjunto de la compañía y sus sociedades dependientes, desde la perspectiva de los riesgos legales y reputacionales. La Dirección de Auditoría Interna lleva a cabo los procedimientos de control de la aplicación de los procedimientos y códigos correspondientes.
SO 3(P)	El Reglamento Interno de Conducta regula la actuación de los empleados. Adicionalmente, todos los empleados son informados sobre el Procedimiento Aplicable a la Firma de Contratos Negociados por la Dirección de Compras y Servicios Generales así como del Procedimiento de Viajes y Gastos de Desplazamiento.
SO 4 (P)	Durante 2010 no ha sido necesario tomar medidas relacionadas con episodios de corrupción.
SO 7 (P)	En 2010 no ha habido ninguna acción debida a prácticas monopolísticas y contra la libre competencia
PR 1(P)	Telecinco cumple con todas las exigencias legales establecidas en este sentido, y sus guías de actuación están recogidas en la pag.57
PR 2(A)	En 2010 no ha habido incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos/servicios en la salud y seguridad.

Glosario

Access prime time
Franja horaria previa al prime time.

Accidente laboral
Enfermedades, patologías o lesiones sufridas con motivo u ocasión del trabajo.

Accionista
Persona física o jurídica que posee acciones de una sociedad, por lo que es propietaria de la misma en un porcentaje proporcional a su participación.

Activo
Conjunto de bienes y derechos que posee una empresa.

Audiencia (televisión)
Número de personas de 4 o más años que ven la televisión en un momento dado.

Blog
También conocido como bitácora, el blog es un sitio web actualizado periódicamente que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores -donde el más reciente aparece primero-, con un uso o temática en particular, siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Broadcast
Distribución del audio y/o señales de vídeo que transmite los programas a una audiencia. La audiencia puede ser el público, en general, o un sector de público relativamente grande, como niños o gente joven.

Cambio climático (calentamiento global)
Cambio en el conjunto de las condiciones atmosféricas atribuido directa o indirectamente a la actividad humana, que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

Capital social
Importe monetario o valor de los bienes que los socios de una sociedad poseen. Los derechos que adquieren los socios en dicha sociedad irán en función del capital social aportado. Éste se divide en participaciones iguales e indivisibles denominadas acciones.

CO_2 equivalente
Metodología internacional de medida de las emisiones de gases de efecto invernadero, por la cual se establece la equivalencia entre la capacidad de retención de calor de cualquier gas de este tipo y aquella del CO_2. De este modo, se convierten todos los gases a la medida del CO_2 posibilitando el cálculo homogéneo de cualquier emisión de gases de efecto invernadero.

Day time
Periodo de emisión durante las horas del día.

Desarrollo sostenible
La aparición del concepto de Desarrollo Sostenible se remonta a la presentación, en 1987, del informe "Nuestro Futuro Común" de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland) creada por la ONU, donde fue definido como "aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades".

Documento de seguridad
Nombre del documento obligatorio que toda empresa debe tener a disposición de la Agencia Española de Protección de Datos, donde se detallan las medidas y procedimientos de cada empresa, para adecuarse al Reglamento de Medidas de Seguridad (Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre)

EBIT (Earnings Before Interests and Taxes)
Beneficios antes de intereses e impuestos.

Efecto invernadero
Fenómeno por el cual determinados gases que componen la atmósfera retienen parte de la energía procedente de la radiación solar que el suelo emite, provocando una moderación en las variaciones de temperatura de la tierra y un incremento de su tem

Access prime time
Franja horaria previa al prime time.

Accidente laboral
Enfermedades, patologías o lesiones sufridas con motivo u ocasión del trabajo.

Accionista
Persona física o jurídica que posee acciones de una sociedad, por lo que es propietaria de la misma en un porcentaje proporcional a su participación.

Activo
Conjunto de bienes y derechos que posee una empresa.

Audiencia (televisión)
Número de personas de 4 o más años que ven la televisión en un momento dado.

Blog
También conocido como bitácora, el blog es un sitio web actualizado periódicamente que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores -donde el más reciente aparece primero-, con un uso o temática en particular, siempre conservando el autor la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Broadcast
Distribución del audio y/o señales de vídeo que transmite los programas a una audiencia. La audiencia puede ser el público, en general, o un sector de público relativamente grande, como niños o gente joven.

Cambio climático (calentamiento global)
Cambio en el conjunto de las condiciones atmosféricas atribuido directa o indirectamente a la actividad humana, que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables.

Capital social
Importe monetario o valor de los bienes que los socios de una sociedad poseen. Los derechos que adquieren los socios en dicha sociedad irán en función del capital social aportado. Éste se divide en participaciones iguales e indivisibles denominadas acciones.

CO_2 equivalente
Metodología internacional de medida de las emisiones de gases de efecto invernadero, por la cual se establece la equivalencia entre la capacidad de retención de calor de cualquier gas de este tipo y aquella del CO_2. De este modo, se convierten todos los gases a la medida del CO_2 posibilitando el cálculo homogéneo de cualquier emisión de gases de efecto invernadero.

Day time
Periodo de emisión durante las horas del día.

Desarrollo sostenible
La aparición del concepto de Desarrollo Sostenible se remonta a la presentación, en 1987, del informe "Nuestro Futuro Común" de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (Comisión Brundtland) creada por la ONU, donde fue definido como "aquel desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades".

Documento de seguridad
Nombre del documento obligatorio que toda empresa debe tener a disposición de la Agencia Española de Protección de Datos, donde se detallan las medidas y procedimientos de cada empresa, para adecuarse al Reglamento de Medidas de Seguridad (Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre)

EBIT (Earnings Before Interests and Taxes)
Beneficios antes de intereses e impuestos.

Efecto invernadero
Fenómeno por el cual determinados gases que componen la atmósfera retienen parte de la energía procedente de la radiación solar que el suelo emite,

provocando una moderación en las variaciones de temperatura de la tierra y un incremento de su temperatura media. Este fenómeno está siendo incrementado por la emisión de ciertos gases en grandes cantidades, como el CO_2 o el metano, procedente de las actividades humanas.

Encuentro digital
Sistema de comunicación a través de Internet en la que uno o varios expertos en determinados temas reciben preguntas realizadas por los usuarios y responden a ellas a través de la web,

Foro digital
Aplicación web que sirve como soporte para el intercambio de opiniones o discusiones o debates en línea.

Free float
Capital flotante susceptible de compra-venta inmediata. Se trata de las acciones que no están en manos de grandes propietarios y que no están sujetas a restricciones de venta.

Gases de efecto invernadero
Compuestos que se encuentran en la atmósfera y que, por sus propiedades, son responsables del efecto invernadero. La emisión desmesurada de los mismos a través de actividades como la quema de combustibles fósiles, incrementa el efecto invernadero; Dicho aumento se reconoce como la causa principal del cambio climático global. Entre estos gases se encuentran el CO_2, el CH_4, el N_2O, los HFC, los PFC, el SF_6 y el vapor de agua.

GJ
Gigajulio- unidad de medida de la energía

GreenHouse Gas Protocol
Instrumento internacional utilizado por los gobiernos y compañías para contabilizar y gestionar sus emisiones de efecto invernadero. Esta iniciativa fue creada por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) y el World Resources Institute.

GRI (Global Reporting Initiative)
Iniciativa fundada en 1999 para desarrollar y difundir directivas mundialmente aplicables para hacer las memorias o informes de sostenibilidad. Estas directrices, de uso voluntario por parte de las organizaciones, tienen como finalidad elevar la calidad de sus informes y lograr una mayor comparabilidad, consistencia y eficiencia en su difusión.

GRP (Gross Rating Point)
El punto básico de rating es la unidad de medida de la eficacia publicitaria. Consiste en el porcentaje de la audiencia que ha visto un determinado spot televisivo en relación con el mercado potencial fijado con anterioridad entre el operador televisivo y el anunciante/central de medios. Un dato posteriormente contrastado con los datos facilitados por Taylor Nelson Sofres. Los GRP se miden por minuto, aunque los spots publicitarios suelen ser de inferior duración. El GRP también puede calcularse como la multiplicación de la cobertura neta por la frecuencia de un spot.

Grupos de interés *(Stakeholders)*
Todas aquellas personas, instituciones o colectivos que afectan significativamente a la actividad de una organización y sus decisiones, y/o que se puedan ver afectadas por ellas.

Impacto ambiental
Cualquier cambio en el medio ambiente, sea adverso o beneficioso, como resultado de la acción humana.

Índice de frecuencia
Este índice transmite una relación entre los accidentes laborales que se han producido, con la consecuencia de la concesión de bajas laborales en relación al tiempo de exposición al riesgo.

Índice de gravedad
Este índice relaciona el total de días perdidos debido a accidentes con las horas de exposición al

riesgo que sufre el trabajador. La importancia de este índice radica en que incluye, además de las consecuencias de las lesiones, el coste que supone el tiempo de trabajo perdido a consecuencia de los accidentes que se produzcan.

Índice de incidencia
Relación entre los accidentes laborales producidos en relación con el número medio de trabajadores expuestos al riesgo. Este índice indica, por tanto, una probabilidad de ocurrencia de accidentes laborales en la plantilla.

Late night
Tiempo de emisión entre las 0:00 y las 2:30 horas.

Mix eléctrico español
Tipos de energía utilizada para generar la electricidad que se consume (Nuclear, Sólidos, Productos petrolíferos, Gas -incluido gas derivado-, Biomasa, residuos, Hidráulica, Eólica, Solar, Geotérmica y otras renovables, no especificado)

Moderación
Labor de control de los contenidos añadidos por los usuarios en las diferentes formas de debate y participación disponibles en las aplicaciones web, de forma que no se incluyan contenidos indebidos, ofensivos o censurados por las condiciones establecidas para el uso de las aplicaciones. Una vez que el texto ha sido aprobado por el moderador, pasa a ser publicado en Internet.

Morphing
Creatividad que fusiona la imagen del anunciante con la de la cadena.

Pacto Mundial de Naciones Unidas *(Global Compact)*
Iniciativa internacional creada por Naciones Unidas en 1999, que invita al compromiso ético de las empresas y cuyo objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en relación a su responsabilidad social, por medio de la implantación de Diez Principios o valores fundamentales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y la lucha contra la corrupción. Su fin es promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con los proyectos de la ONU, de organizaciones internacionales sectoriales, sindicatos y ONG.

Página vista
Conjunto de ficheros enviado a un usuario como resultado de una petición del mismo recibida por el servidor. Cuando la página está formada por varios marcos (frames), el conjunto de los mismos tendrá, a efectos de cómputo la consideración de página unitaria.

Pasivos
Conjunto de las obligaciones y deudas contraídas por una empresa. El pasivo representa las fuentes de financiación de la empresa.

Pay out
Parte de los beneficios de una compañía destinada al pago de dividendos. Se expresa en forma de ratio y es el resultado de dividir el dividendo por el beneficio neto y multiplicar por cien el resultado.

Postmoderación
Labor de control de los contenidos añadidos por los usuarios una vez han sido publicados en las diferentes formas de debate y participación disponibles en las aplicaciones web. Si el contenido publicado se considera indebido, ofensivo o incumple las condiciones de uso establecidas, será eliminado de la aplicación.

Power ratio
En una empresa de medios es el dato que indica el rendimiento de los ingresos en comparación con la cuota de audiencia que controla.

Prime time
Tiempo de emisión entre las 21:00 y las 00:00, en el que se alcanzan las máximas audiencias.

Público objetivo
Conjunto de personas a las que la cadena dirige sus mensajes publicitarios.

Rating
Instrumento analítico que permite valorar el riesgo de una empresa o de una emisión. Lo normal es que a emisores con menor solidez financiera (peor rating) se les exijan rendimientos superiores, para compensar así el mayor riesgo que se asume.
Reglamento de medidas de seguridad
Es el RD 1720/2007, de 21 de diciembre, que desarrolla la Ley Orgánica 15/1999, la Ley Orgánica de Protección de Datos

Remake
En cine y en televisión, nueva versión de un programa o una película previamente lanzados, o una versión local de alguna serie en diferente país que el original.

Rich media
Término de publicidad en internet que se asigna a una página web que utilice tecnología avanzada como el vídeo por demanda, descarga de programas que interactúan con el usuario y publicidad que cambia cuando el usuario pasa por encima el cursor.

Roadshow
Foro de información técnica, económica y comercial.

Share (Cuota de pantalla)
Reparto de las audiencias reales entre todos los canales, expresado en porcentajes.

Site
Conjunto de páginas web, en general asociadas al mismo dominio de Internet, y que normalmente sirven a un mismo tema o propósito.

Target comercial
Grupo de audiencia compuesto por los individuos entre 13 y 54 años, de clases sociales media y alta, que viven en poblaciones de 10.000 o más habitantes.

TDT (Televisión Digital Terrestre)
Plataforma de televisión digital cuya transmisión se realiza por sistemas de difusión terrestres, es decir, con antenas situadas sobre la superficie de la tierra.

Ventanas
Los distintos medios de explotación comercial de un contenido audiovisual en términos temporales. Las ventanas más habituales de los contenidos audiovisuales son cine, DVD y video, pay per view, televisión de pago y televisión en abierto.

Webcast
Programa de televisión diseñado para ser transmitido por internet.

XDCAM
Sistema profesional de video que emplea el soporte PFD, similar al Blu-ray, y que, por sus características, permite ser reutilizado por un periodo de tiempo muy largo.

Directorio

GESTEVISIÓN TELECINCO S.A.
Edificio TELECINCO
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.:91 396 63 00
www.telecinco.es

Dirección General de Contenidos
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 69 99

Dirección General de Gestión y Operaciones
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 66 92

Dirección de Informativos
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 64 56
Email: informativos@informativost5.com
Web: www.informativostelecinco.com

Dirección de Comunicación y RR.EE.
Tel.:91 396 63 00
Fax: 91 396 68 42
Email: gabinetedeprensa@telecinco.es

Dirección Ventas Audiovisuales
Tel.:91 396 63 00
Fax: 91 395 93 24
Email: comercial@telecinco.es

Dirección Producción Externa
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 61 82

Dirección Relación con Inversores
Tel.:91 396 63 00
Fax: 91 396 66 92
Email: inversores@telecinco.es

Dirección General Corporativa
Tel.:91 396 61 88
Fax: 91 396 62 84
Email: rc@telecinco.es

TDT
Factoría de Ficción Telecinco
La Siete
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 62 23
Email: fdf@telecinco.es
telecinco2@telecinco.es

PUBLIESPAÑA S.A.U.
Edificio TELECINCO
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.: 91 395 90 00
Fax: 91 395 90 10
www.publiesp.es

PUBLIMEDIA GESTIÓN S.A.U.
Tel.: 91 212 83 00
Fax: 91 212 83 01
www.publimediagestion.es

AGENCIA DE TELEVISIÓN LATINO-AMERICANA DE SERVICIOS Y NOTICIAS ESPAÑA, S.A.U. (ATLAS ESPAÑA)
Edificio TELECINCO
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.: 91 395 92 00
Fax: 91 395 92 01
Email: broadcast@atlas-news.com (servicio de broadcast)
pagencia@atlas-news.com (producción)
redaccion@atlas-news.com (redacción y servicio técnico)
Web: www.atlas-news.com

TELECINCO CINEMA S.A.U.
Edificio TELECINCO
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 61 82
Web: www.telecinco.es/t5cinema/

CONECTA 5 TELECINCO S.A.U.
Edificio TELECINCO
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 61 06
Web: www.telecinco.es

MEDIACINCO CARTERA S.L.
Edificio TELECINCO
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.: 91 396 63 00
Fax: 91 396 66 92

SOCIEDAD GENERAL DE TELEVISIÓN CUATRO, S.A.U. (SOGECUATRO)
Ctra. Fuencarral a Alcobendas, 4
28049 Madrid
Tel.:91 396 63 00
Web: www.cuatro.com

GESTEVISIÓN TELECINCO, S.A.
Ctra. de Fuencarral a Alcobendas, 4 - 28049 Madrid, España