Informe de

Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2016

PRISA

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

D. Juan Luis Cebrián
Presidente de PRISA

Estimados Señores,

Un año más PRISA renueva su compromiso con los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas referente a los Derechos Humanos, los Derechos Laborales, el Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción.

Nuestra compañía continúa firmemente comprometida con el decálogo del Pacto Mundial en su estrategia, cultura corporativa y acciones cotidianas. PRISA está involucrada en proyectos cooperativos que contribuyen a los objetivos más amplios del desarrollo de Naciones Unidas. Comunica clara y permanentemente este compromiso a sus grupos de interés y al público en general, y apoya estos principios dentro de su área de influencia.

PRISA es la compañía líder en creación y distribución de contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa, por la calidad de sus contenidos y por su firme voluntad de participar activamente en el desarrollo cultural de la sociedad en toda Iberoamérica.

Nuestra misión es contribuir al desarrollo social y cultural de las personas y al progreso de la sociedad, ofreciendo los mejores contenidos con independencia y rigor en educación, información y entretenimiento. Este liderazgo nos obliga a asumir como propio el papel de referente en lo que respecta a la responsabilidad empresarial de los sectores de medios y educación. Desde el nacimiento de *El País*, el periódico global en español, basamos nuestra actividad en la defensa y difusión de las libertades democráticas.

2015 fue el segundo año en que elaboramos un Informe de Responsabilidad Social de acuerdo a los exigentes estándares de Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4 con un nivel *Comprehensive* o de conformidad exhaustiva.

En la actualidad estamos llevando a cabo un nuevo Análisis de Materialidad para establecer la equivalencia de nuestros indicadores con los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y profundizar en la identificación de los principales problemas económicos, sociales, medioambientales y de gobernanza.

Las prioridades de nuestro Grupo, son las siguientes:

1. Dar a conocer a toda la organización la apuesta de **PRISA** por la sostenibilidad y lograr su implicación completa. Disponemos de espacios específicos en la intranet global, así como diversos elementos de información interna periódica donde los contenidos de esta naturaleza son constantes.Contamos también con un Observatorio interno de RSE, integrado por profesionales que gestionan las acciones y proyectos de sostenibilidad. Analizamos las tendencias, hacemos seguimiento de los proyectos y ponemos en común las buenas prácticas, tanto de nuestras empresas como de terceros, para seguir avanzando.

   En la **web corporativa** (prisa.com) se encuentra toda la información actualizada de esta materia, así como el histórico de informes anuales.

2. El **Buen Gobierno** es otra prioridad estratégica, y continuamos avanzando en materia de mecanismos de control, accesibilidad y transparencia. PRISA cuenta con un **Código Ético**, de obligado cumplimiento para el conjunto de sus profesionales. En 2015 se creó una **Unidad de cumplimiento**, que vela por la buena marcha de las políticas de transparencia y buen gobierno.

   En 2016 se ha revisado el Modelo de Prevención y Detección de Delitos de PRISA con objeto de diseñar un sistema de prevención de delitos de conformidad con las exigencias del artículo 31 bis del Código Penal.

3. El proyecto de trasformación cultural **Toyoutome**, que pusimos en marcha en 2011 a través de la intranet global, actúa como plataforma de encuentro que fomenta la interconexión, participación, pro actividad y colaboración mediante herramientas de formación, creatividad, innovación y desarrollo profesional.

Quiero destacar nuestra colaboración con la Red Española del Pacto Mundial, desde 2008 como firmantes, desde 2013 como socios implicados con el equipo de gestión en varios proyectos y desde este año aún más estrechamente al entrar a formar parte de su Comité Ejecutivo, desde donde esperamos contribuir aún más al desarrollo sostenible tanto a nivel local como internacional.

Un cordial saludo,

Juan Luis Cebrián
Presidente de PRISA

El diseño de la portada del Informe Anual de este año es un mensaje de concienciación para trabajar en la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Carta del Presidente

Estimados amigos:

El 2015 ha sido un año relevante para PRISA. Tras los duros sacrificios del pasado reciente el Grupo ha conseguido volver a la rentabilidad, continuar con una acelerada reducción de nuestra deuda y avanzar en la transformación cultural y tecnológica de nuestros negocios.

Este Informe Anual de Sostenibilidad muestra las claves de nuestro desempeño: un modelo de compañía responsable, tanto en nuestra labor de generación de contenidos culturales y educativos, como en la intensa acción social que desarrollamos en coherencia con su modelo de gestión. A pesar de las complejas circunstancias económicas que hemos vivido en ningún momento hemos renunciado a nuestra Responsabilidad Social Corporativa, una prioridad estratégica de nuestro Consejo de Administración desde 2008.

Los principios y fundamentos de nuestra tradición cultural están vinculados a la creación de valor y al servicio al ciudadano más allá de la rentabilidad financiera. Valor para nuestros clientes y usuarios, nuestros empleados, nuestros accionistas, y la sociedad en general. Nuestra constante innovación se pone de manifiesto en el notable crecimiento de las audiencias de nuestros medios, y en el excelente desarrollo de nuestros sistemas digitales de educación en Iberoamérica.

Ya en 2015, de forma anticipada y voluntaria, reportamos nuestra información no financiera de acuerdo a la nueva versión G4 del GRI (Global Reporting Initiative) por lo que hemos recibido algunas distinciones como el Premio Latinoamericano a la Responsabilidad Corporativa, que otorga el Foro Ecuménico Social.

PRISA tiene un proyecto sólido de futuro basado en el talento de su equipo profesional y en el compromiso con la defensa de los ideales democráticos de libertad e igualdad, imprescindibles para afrontar los retos de nuestra sociedad.

Agradezco a todos y cada uno de cuantos integran la compañía su inestimable contribución. Su esfuerzo nos permite afrontar con garantías de futuro una nueva etapa que se inicia hoy con objetivos renovados. Estoy seguro de que lo conseguiremos gracias al esfuerzo y la ilusión de nuestros equipos de trabajo.

Un saludo,

Juan Luis Cebrián
Presidente ejecutivo PRISA

1

007 Panorama de un año

2

013 PRISA, un grupo global

015 Misión, visión y valores
018 Áreas de actividad
034 Principales magnitudes
048 Gobierno corporativo
055 Accionistas e inversores

3

061 Compromisos y retos de futuro

4

069 La sostenibilidad en PRISA

071 Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés
Nuestra estrategia de sostenibilidad:
074 • Creación y distribución de contenidos
076 • Gestión responsable:
076 • de nuestros profesionales
087 • de nuestros usuarios y la transformación digital
090 • de la comunicación
090 • de nuestros proveedores
094 • de los recursos ambientales
099 • Acción social, cultural y medio ambiental

5

121 Anexos

122 Ámbito y alcance de este Informe
125 Correlación de indicadores con la Guía GRI-G4 y con los Principios del Pacto Mundial
142 Información de contacto

ÍNDICE

1

Panorama de un año

Panorama de un año

Santillana y Atresmedia celebran el encuentro ¡Grandes profes!

La Fundación Santillana inaugura su nueva sede en Lima

XXIX Semana de la Educación, organizada por la Fundación Santillana

Radio Madrid celebra su 90 Aniversario con el encuentro «Contigo»

Cadena Dial celebra su 25 Aniversario con un gran concierto

El País organiza el foro «El Perú en Futuro», con la participación del presidente Ollanta Humala

PRISA organiza, en Barcelona, el XVI Foro Iberoamérica

I edición de «*El País* con tu Futuro», orientado a los jóvenes

Santillana presenta Loqueleo, su nuevo sello de literatura infantil y juvenil

2015

Enero

- *As* crece en Latinoamérica y lanza una nueva edición en Colombia.
- Santillana, en colaboración con la Fundación Atresmedia, celebra el encuentro ¡Grandes Profes! con la asistencia de más de 1.600 profesores.

Febrero

- La Fundación Santillana organiza la XXIX Semana de la Educación con el título «Mejorar la educación: ¿Qué puede aportar la tecnología?» que reúne a expertos europeos.
- La Cadena SER organiza el Foro Nuevos Retos Sociales, un debate sobre el trabajo, la precariedad y el futuro del empleo con la participación de Felipe González.
- Se firma un acuerdo marco entre PRISA y la UNESCO para apoyar la libertad de expresión y la formación docente.
- *El País* y Amazon convocan un concurso de periodismo para estudiantes universitarios europeos.

Marzo

- *El País* organiza el «Foro por la Paz» en Colombia para debatir sobre el perdón y la reconciliación, con la participación del presidente Juan Manuel Santos.
- Ke Buena FM organizó, en el Estadio Azteca con 100 mil asistentes, el festival musical «La Fiesta de la Radio».
- El diario *As* lanza su edición *As Chile*.

Abril

- La Fundación Santillana inicia sus actividades en Lima con unas jornadas en las que participan Mario Vargas Llosa y el ministro de Educación Jaime Saavedra.
- PRISA cierra la operación de compraventa de Canal+ a Telefónica.
- Nace TLIFE.guru, una web especializada en las novedades tecnológicas más útiles para el día a día de los ciudadanos.

Mayo

- Entrega de los Premios Ortega y Gasset de Periodismo 2015, a los periodistas Pedro Simón y Alberto Di Lolli, de *El Mundo*; Gerardo Reyes, de Univisión; el activista y fotógrafo José Palazón; y Teodoro Petkoff, director del diario *Tal Cual*.
- Radio Madrid celebra su 90 Aniversario con el encuentro «Contigo» —presentado por Iñaki Gabilondo—, un recorrido por la historia de la SER y los contenidos más emblemáticos.
- Los 40 Principales celebran «Primavera Pop», la gran fiesta de la música pop, y organizan una mesa redonda en torno a la violencia de género y el ciberacoso.

Junio

- *El País* y *The Guardian* lideran una red internacional de noticias sobre el cambio climático.
- W Radio recibe el Premio Mejor Programa de Radio Mundial por la cobertura del restablecimiento de las relaciones diplomáticas entre Cuba y Estados Unidos.
- Santillana Perú organiza el II Congreso dedicado a la literatura infantil «La Lectura Como un Viaje sin Fronteras» que reunió a destacados escritores, expertos y responsables educativos.
- PRISA Noticias y CNBC firman un acuerdo para compartir contenidos.

Julio

- *El País* organiza el foro de debate y reflexión «El Perú en Futuro», con la participación del presidente peruano, Ollanta Humala.
- *As* lanza su versión mexicana *As México*, su tercera edición digital en América.
- *El País*, en colaboración con Vodafone, lanza One, una plataforma de vídeos para mostrar cómo la tecnología va a cambiar la realidad.

Septiembre

- Cadena Dial celebra su 25 Aniversario con un multitudinario concierto con más de 30 artistas del pop en español, un evento único en nuestro país.
- La Fundación Santillana y la Universidad Nacional Autónoma de México firman un convenio para la organización y difusión de actividades académicas y culturales.
- *El País* lanza un nuevo portal y una nueva marca: *El País* Vídeo
- *El País* inaugura la X edición del Hay Festival Segovia con un debate entre expertos internacionales sobre la transición a las energías limpias.

Octubre

- PRISA organiza, en Barcelona, el XVI Foro Iberoamérica, sobre el papel de las nuevas tecnologías como herramientas de mejora política y social.
- Ferrovial, Sistemas Genómicos y Torusware reciben Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial 2015.
- *El País* desarrolla, junto a Google y un gran número de editores internacionales, el APM un nuevo formato abierto de publicación de contenidos para dispositivos móviles.
- TVI lanza dos nuevos canales: TVI África (para Angola y Mozambique) y TVI Reality.

Noviembre

- PRISA recibe el Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas, por su compromiso con la RSE.
- La web elpais.com organiza y retransmite el primer debate electoral entre candidatos a la presidencia, una iniciativa pionera en la historia de los debates políticos en España.
- Presentación de Loqueleo, el nuevo sello de literatura infantil y juvenil de Santillana, en la Feria del Libro de Guadalajara (México).
- Gala de los Premios Ondas, que celebran este año su 62ª edición con el récord absoluto de candidaturas: 350 de 20 países diferentes.
- 40 Principales México organiza su tradicional evento masivo en el Estadio Azteca con la participación de conocidos exponenetes del Rock.

Diciembre

- *As* celebra la IX edición de los Premios As del Deporte con los ganadores Carolina Marín, Javier Fernández y Ruth Beitia.
- Se celebra la X Edición de Los Premios 40 Principales, y parte de la recaudación se destina al proyecto «Red Solidaria de Jóvenes», de la ONG Entreculturas.
- Más de 2.000 estudiantes en la primera edición de «*El País* con tu Futuro», un foro para orientar a los jóvenes sobre su futuro profesional.
- Media Capital obtiene los Prémios Meios & Publicidade en las tres candidaturas audiovisuales: TVI, Plural y Rádio Comercial como mejores medios del año.
- Pepa Bueno entrevista a los principales líderes políticos en el Especial Elecciones 20D.

PREMIOS 40

2

PRISA, un grupo global

Misión, visión y valores

Áreas de negocio

Principales magnitudes

Gobierno corporativo

Accionistas e inversores

PRISA, un grupo global

PRISA es la compañía líder en la creación y distribución de contenidos culturales, educativos, de información y entretenimiento en los mercados de habla española y portuguesa.

Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, México, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Puerto Rico, Reino Unido, República Dominicana, Uruguay y Venezuela

Presente en 22 países, PRISA llega a más de 60 millones de personas a través de sus marcas globales *El País*, 40 Principales, Santillana, W Radio o *As*. Como líder en prensa, televisión, radio hablada y musical, y educación es uno de los principales grupos mediáticos del mundo hispano por la gran calidad de sus contenidos y por su voluntad de participar en la economía digital a través de la conectividad y la innovación de productos y servicios. Su presencia en Brasil y Portugal, y en el creciente mercado hispano de Estados Unidos, le abre un mercado global de más de 700 millones de personas.

Con 30 millones de usuarios únicos* (112.132 millones de navegadores únicos**) en todo el mundo, PRISA se sitúa a la vanguardia de las empresas de comunicación con una sólida estrategia de distribución de contenidos, ofreciendo innovadoras propuestas a través de distintos formatos, canales y plataformas.

(Fuente: comScore, 2015) / ** (Fuente: Adobe Omniture + Netscape, 2015)

Misión, visión y valores

El compromiso con la sociedad es la esencia de PRISA. Desde el nacimiento de *El País*, sus fundadores e impulsores adoptaron un deber con la sociedad española, basado en la defensa y difusión de las libertades democráticas de todos los ciudadanos. Conocedores de esta realidad, y comprometidos con ella, casi cuatro décadas después esta máxima sigue vigente en la compañía y se extiende por toda Iberoamérica.

Nuestra visión, compartida por todas las personas de la organización, se desarrolla en el marco de un conjunto de valores que se ponen de manifiesto a través del trabajo y el quehacer de todos los trabajadores de PRISA.

Estas premisas han estado desde su origen en el equipo de profesionales de *El País*, y se han hecho extensibles a todas las empresas del Grupo en su ejercicio de responsabilidad con la sociedad, para ser líderes globales en educación, información y entretenimiento en lengua española y portuguesa, dando respuesta a las inquietudes, expectativas y necesidades de una sociedad libre, solidaria, responsable, respetuosa y sostenible. Nuestra visión aspira a que seamos la marca de referencia global en cultura y educación en español y portugués.

Pero los vertiginosos cambios que se están produciendo en el sector de los medios y de los contenidos han hecho que PRISA se transforme en una «nueva compañía», centrada no solo en la producción y distribución de contenidos de calidad, sino también en el conocimiento de cada uno de sus grupos de interés y en el uso de las nuevas tecnologías.

Principios fundacionales

- **Independencia** y rigor en el ejercicio de su labor como informadores, educadores y comunicadores.
- **Responsabilidad**, honestidad intelectual y transparencia.
- **Pluralismo** y respeto a todas las ideas, culturas y personas.
- Defensa de la **libertad**, la paz, la igualdad y la protección del medio ambiente.
- **Autocrítica** para la mejora empresarial y personal.
- **Creatividad** e innovación en el desarrollo del negocio.
- Atención a las demandas e inquietudes de la **sociedad** y de los grupos de interés.
- **Gestión responsable**, eficiente y sostenible, generadora de valor para el accionista y para la sociedad.

Misión

Contribuir al desarrollo cultural de las personas y al progreso de la sociedad, ofreciendo bienes y servicios que generen experiencias y emociones enriquecedoras en educación, información y entretenimiento.

Visión

Ser la marca de **referencia global en cultura y educación** en lengua española y portuguesa.

Valores

Personas
Las personas se sitúan en el **centro de todo** lo que hacemos.

Creatividad
La creatividad es nuestra **herramienta esencial** para la constante **innovación.**

Dedicación
Nuestra dedicación es la **garantía del valor, la calidad y la excelencia.**

Integridad
Entendemos la integridad como nuestro **sentido de la honestidad, rigor, autocrítica, responsabilidad, independencia e imparcialidad.**

Pluralismo
El pluralismo que para nosotros engloba la **libertad de expresión, la transparencia y la diversidad.**

Conectividad
Somos conscientes de la importancia de estar conectados y **accesibles para poder compartir y colaborar.**

Seguridad
El mero paradigma digital exige garantizar un **entorno seguro para mantener la confianza** de nuestros usuarios.

Estatuto de Redacción de *El País*

DESCARGAR

«*El País* es un periódico independiente, con una clara vocación internacional, defensor de la democracia pluralista según los principios liberales y sociales, que se compromete a guardar el orden democrático y legal (...). En este marco acoge a todas las tendencias, excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines (...), presentar diariamente una información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad y a formarse su propio criterio».

«*El País* debe ser un periódico liberal, independiente, socialmente solidario, nacional, europeo y atento a la mutación que hoy se opera en la sociedad de Occidente».

«Liberal, a mi entender, quiere decir dos cosas fundamentales: el estar dispuesto a comprender y escuchar al prójimo aunque piense de otro modo, y a no admitir que el fin justifica los medios. Liberal implica también en nuestro tiempo el reconocimiento de que la soberanía reside en el pueblo, es decir, en el conjunto de todos y cada uno de los ciudadanos, titulares de iguales derechos».

«Debemos, pues, defender la democracia pluralista, ejercida mediante el sufragio universal, como el procedimiento menos malo inventado hasta ahora para el ejercicio de esa soberanía, la aceptación de los derechos fundamentales de la persona humana y la denuncia de cualquier clase de totalitarismos es la consecuencia ineludible de esta postura».

«*El País* debe ser también un periódico independiente, que no pertenezca ni sea portavoz de ningún partido, asociación o grupo político, financiero o cultural, y aunque debe defender la necesidad de la libre empresa, y aunque su economía dependa del mercado publicitario, el periódico rechazará todo condicionamiento procedente de grupos económicos de presión».

«*El País* debe ser también un periódico socialmente solidario, ya que en el mundo actual, al menos en los países occidentales, toda la sociedad interviene en el quehacer común. Por ello, deberá defender el desarrollo, perfeccionamiento y buena administración de la Seguridad Social, y el reparto justo de la riqueza a través del juego acertado de los impuestos, sin que desaparezcan los incentivos de promoción individual. En este capítulo deberá también defender la seguridad ecológica, nacional y mundial, por ser un patrimonio vital para toda la humanidad; defenderá asimismo las virtudes cívicas, combatiendo todo cohecho, fraude, abuso o mal uso y luchará contra los monopolios privados o estatales. La solidaridad de todos los españoles frente a la ley es también tarea suya, para lo cual considera fundamental la independencia máxima del poder judicial».

José Ortega Spottorno,
5 de marzo de 1977

Áreas de actividad

Santillana

En 2015 Santillana ha centrado toda su actividad en el sector educativo, fundamentalmente en cuatro grandes áreas: los proyectos y soluciones pedagógicas que dan respuesta al currículo de cada país; la creación de nuevas herramientas y plataformas tecnológicas centradas en el aprendizaje personalizado y en la evaluación; la enseñanza de idiomas (fundamentalmente el inglés); y, la apuesta por la literatura infantil y juvenil, con la incorporación de un nuevo sello editorial, Loqueleo. La innovación en los contenidos, los servicios y en la metodología de aprendizaje vertebran nuestro trabajo, como también la reflexión y la investigación permanente sobre las tendencias educativas que se vislumbran.

Santillana Compartir alcanzó 533.000 estudiantes en 14 países

Con unos ingresos de explotación de 643 millones de euros y un EBITDA de 167 millones, la compañía ha mantenido un año más su liderazgo en el sector educativo en lengua española y portuguesa. El negocio en Latinoamérica supone el 77% de los ingresos y el 82% del EBITDA. Por países, destaca la contribución de Brasil, México y Argentina, y los buenos resultados de Chile, la zona de Centroamérica Norte y Perú. España es el segundo país en ingresos, con un incremento del 19,7% respecto a 2014.

El buen comportamiento de Santillana ha sido generalizado en las distintas áreas de actividad, tanto en la línea regular de la compañía como en los sistemas o soluciones educativas orientadas al mercado latinoamericano, que ya supera el 17% de los ingresos totales, con más de 800.000 alumnos. Sistema UNOi cerró el año con 274.000 alumnos y Santillana Com-

Lanzamiento de Loqueleo, el nuevo sello de literatura Infantil y Juvenil de Santillana

partir alcanzó 533.000 estudiantes en 14 países, con un incremento en los ingresos del 41,8% respecto a 2014. La solución educativa modular y flexible que integra las TIC y la oferta de contenidos y servicios en función de las necesidades y ritmo de cada centro escolar, está respondiendo con éxito a las necesidades de la escuela.

En el ámbito de la literatura infantil y juvenil, en el último trimestre del año tuvo lugar el lanzamiento de Loqueleo, el nuevo proyecto de literatura Infantil y Juvenil de Santillana, en Argentina, Colombia y México, entre otros países. La presentación internacional del sello se celebró en la Feria del Libro de Guadalajara, en México, con la intervención de autores destacados como Luis Pescetti, Yolanda Reyes y Francisco Hinojosa. La nueva marca incluye un amplio catálogo de autores clásicos y contemporáneos, y pretende dar respuesta a las nuevas formas de leer y a los nuevos modos de relacionarse los lectores entre sí, jugando las redes sociales un papel muy destacado en la generación de una «comunidad» y una «conversación social» en torno a la lectura.

La división de Idiomas experimentó un muy buen año. El sello Richmond para la enseñanza del inglés está

entre las marcas líderes tanto en Latinoamérica como en España y se ha introducido con éxito en academias y universidades, donde hasta ahora no estaba presente. En la enseñanza del francés España se ha convertido en referente con el sello Santillana Français. Esta división contribuye a los contenidos de Sistema UNOi y de Santillana Compartir, solución educativa que vio incrementado en un 35% el número de alumnos cursando inglés en 2015. Continúa la expansión geográfica y el crecimiento del sello en mercados internacionales como Turquía y Asia.

Santillana ha mantenido su apuesta por la incorporación y mejora de las tecnologías tanto en las soluciones de para la creación de contenidos como para los servicios educativos. Con el objetivo de mejorar la experiencia del usuario, se ha perfeccionado la plataforma tecnológica (LMS), pieza vertebradora de las propuestas de UNOi y Compartir. Por otro lado, se puso en marcha el proyecto piloto de aprendizaje adaptativo A2O, centrado en las matemáticas y en el que han participado 2.000 alumnos entre 12 y 13 años en España y Latinoamérica. También concluyó el desarrollo del primer módulo de Aprendizaje Eficaz, una herramienta de entrenamiento en las habilidades cognitivas básicas que diseña un itinerario personalizado para cada alumno.

Se puso en marcha Saber y más, un repositorio de contenidos digitales basado en un sistema de web semántica que pone a disposición de las escuelas más de 60.000 ítems organizados en planes de lección asociados a los tópicos de los programas de estudio. Permite añadir recursos del fondo de PRISA (*El País* y la SER) y recursos en abierto.

Se ha desarrollado la plataforma de evaluación online Pleno, que proporciona a los profesores un banco de pruebas con herramientas de autor e informes de rendimiento de sus alumnos. Es la primera iniciativa que afronta Santillana por su interés estratégico en el ámbito de la evaluación, pieza clave para la mejora de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Por último, merece la pena destacar el esfuerzo por la reflexión sobre los nuevos retos y tendencias educativas. Con esa filosofía nació SantillanaLAB, plataforma de expertos de diferentes ámbitos del mundo educativo, organizada en dos grupos de trabajo, LabEDU y LabTEXT, que han analizado cómo debe ser el libro de texto en esta época de cambios y las tendencias están impulsando la incorporación de metodologías innovadoras, nuevos roles educativos y nuevos modelos organizativos de los centros escolares.

SantillanaLAB, nueva plataforma sobre retos y tendencias educativas

PRISA Noticias

El País

Desde su nacimiento, del que se cumplirán 40 años el 4 de mayo de 2016, *El País* ha querido contribuir desde su espacio en la sociedad, el del periodismo, a hacer de España un país moderno y libre. Lo ha hecho mediante el principal recurso que tiene a su alcance: el de poner a disposición de sus lectores la información contrastada, el análisis riguroso y la opinión plural.

Cuatro décadas después de su fundación, el periódico ha crecido y ha ampliado sus fronteras. *El País* es hoy el diario global en español con más lectores (15.780.000 usuarios únicos en noviembre de 2015, según comScore). Cuenta con redacciones en México, Washington, DC y Sao Paulo (desde donde se gestiona la Edición Brasil) y con una de las redes de corresponsales más amplias de los medios internacionales. Se ha convertido en un medio total, que ofrece a sus lectores noticias en todos los formatos posibles: desde el texto y la fotografía al vídeo, pasando por las redes sociales y el audio. El pasado 30 de noviembre de 2015, la web del diario emitía el primer debate político entre candidatos a la presidencia de España diseñado para Internet. Más de 3 millones de personas lo siguieron en directo. Elpais.com dio un paso más en sus contenidos audiovisuales el día de las elecciones generales, el 20-D, y realizó una cobertura de la jornada electoral pionera en soporte digital.

Primer debate digital de la democracia con los candidatos a la presidencia en España

En diciembre de 2015 *El País* lanzó su nueva campaña de marca bajo el lema «Únete a la conversación». Con ella, el periódico se abre como espacio de reflexión y propone un diálogo abierto y global, basado en la información, el análisis, la tolerancia, la democracia y la búsqueda del progreso. Esos son los valores que han acompañado a la cabecera desde el inicio y en los que quiere insistir en el futuro.

Desde septiembre, el periódico también amplió su oferta de fin de semana ofreciendo una revista diferente cada sábado del mes: el primero, la revista masculina, *Icon;* el segundo, la femenina, *S Moda*; el tercero, la publicación de bienestar, *BuenaVida;* el cuarto, la de tendencias, *Tentaciones*.

Asimismo, en colaboración con *Jot Down*, se lanzó *Jot Down Smart*, una revista cultural mensual que se distribuye junto con el diario el primer domingo de cada mes. El diario también estrenó nuevo diseño en su edición impresa. La claridad y la facilidad de lectura han sido las claves que han marcado este cambio con nuevas secciones, nueva estructura y nueva tipografía.

En 2015 la página web de *El País* creció un 42% en navegadores únicos. Casi 241 millones de usuarios visitaron elpais.com a lo largo del año. Destaca también el crecimiento en América Latina. Los navegadores únicos de *El País América* aumentaron un 61% y en *El País Brasil*, un 313%.

Redacción de *El País*

Además, se celebró la primera edición de «*El País* con tu Futuro», un encuentro centrado en el mundo de la educación y el desarrollo profesional. Durante dos días, en torno a 2.000 jóvenes se dieron cita en Madrid para escuchar 56 ponencias de profesionales de todos los sectores y participar en diversos talleres, con el objetivo de orientar y estimular sobre su carrera futura.

En diciembre se puso en marcha el proyecto Retina con el encuentro Tendencias IT 2016, el primer capítulo del que será, en 2016, el gran evento internacional de tecnología disruptiva que nace con el objetivo de crear un ecosistema que fomente el desarrollo de negocio ligado a la Red y las nuevas tecnologías en el mercado hispanohablante.

La actividad en redes sociales ha experimentado durante 2015 un gran impulso, tanto en volumen de seguidores de sus cuentas en las principales plataformas (más de 12 millones solo en Facebook y Twitter), como en captación de tráfico y de lectores. También reforzó su apuesta por los contenidos multimedia con la nueva plataforma *El País* Vídeo, los nuevos formatos en este entorno y la narración en directo de los grandes acontecimientos informativos del año.

El año 2015 ha sido de gran actividad institucional para *El País*, acorde con su posición de liderazgo como marca global y medio de referencia. Durante el año, el periódico organizó numerosos foros de debate en los que participaron las máximas autoridades políticas y empresariales de Iberoamérica e importantes líderes de opinión para analizar retos y oportunidades en la región, como son: el Foro por la Paz en Colombia; El Perú en Futuro; y El Desafío de los Emergentes.

As

El diario *As* es una de las publicaciones deportivas líder con 6,2 millones de usuarios únicos a nivel mundial desde un PC y 7,2 millones de usuarios únicos en España (acceso desde un PC más acceso desde dispositivos móviles) según datos de comScore a noviembre de 2015. En 2013 inició su expansión internacional en busca de una audiencia global y actualmente cuenta con cuatro ediciones específicas para Chile (2014), Colombia (2015), México (2015) y la última en Estados Unidos, con sede en Miami, donde ha lanzado una edición digital dirigida, fundamentalmente, a los 55 millones de hispanos que residen en este país. Además, ha entrado en el mercado asiático en Malasia y Singapur con una edición en inglés.

La audiencia del diario ha crecido notablemente fuera de España en los últimos meses de 2015: en Colombia registró incrementos de audiencia de un 80%; Chile de un 210%; en México de un 67%; en el resto de Latinoamérica de un 55%.

El tráfico proveniente del continente americano ha pasado de un 43% del total a un 48%, y en noviembre de 2015 AS.com se convirtió en el cuarto medio deportivo más visto en Latinoamérica (según comScore). En Chile, según el mismo medidor, en noviembre alcanzó su cuarto mes como la página deportiva más leída con 3,4 millones de páginas vistas y en menos de un año se ha consolidado como el medio deportivo líder del país.

Premios As del Deporte, 2015

Desde su plataforma de vídeo, As TV, genera diariamente contenido audiovisual y la retransmisión en directo de diversos eventos deportivos con más de 20 millones de reproducciones de vídeo al mes. Cuenta también con dos tiendas online, Megastore y As Outlet.

El diario celebró en Madrid la novena edición de los Premios As del Deporte que reconocen todos los años a los mejores deportistas españoles. Los galardonados de 2015 fueron la saltadora de altura Ruth Beitia, la jugadora de bádminton Carolina Marín y el patinador Javier Fernández

Cinco Días

La web de *Cinco Días* ha mantenido su tendencia de crecimiento logrando récords de audiencia en 2015 y alcanzando en noviembre los 2.628.000 usuarios únicos. *Cinco Días Sites* superó los 2.998.000 usuarios únicos en el mismo mes (comScore PC + Móvil).

Siempre a la vanguardia de la información económica, durante el pasado año ha afianzado sus nuevos lanzamientos: el canal de tecnología Smart Life y la web Territorio Pyme creada para un sector económico tan importante como autónomos y pymes renovando su apuesta por crear nuevos formatos y nuevas narrativas.

Foro Cinco Días con el ministro de Economía, Luis de Guindos

El diario organiza numerosos encuentros en el espacio de debate e ideas Foro Cinco Días, uno de los foros empresariales y políticos de referencia en España. A lo largo de 2015 ha contado con personalidades como los ministros Luis de Guindos, José Manuel Soria y Ana Pastor; la presidente de la CNMV Elvira Rodríguez o secretario de Estado de Comercio Jaime García-Legaz.

La Escuela elTalento, un proyecto dirigido a crear una red de conexión de distintas ideas y visiones a través de unas *masterclass*, trajo al periodista y analista de medios americano Jeff Jarvis a debatir sobre el futuro de la comunicación y el impacto de las redes, también organizó un encuentro sobre el liderazgo femenino con cinco mujeres destacadas del mundo de los negocios, la comunicación y las artes, entre otros.

El Huffington Post

El Huffington Post, la versión española del popular medio online que llegó a España en 2012 tras convertirse en líder de audiencias en Estados Unidos, cerró 2015 como su mejor año en términos de tráfico con más de seis millones de usuarios únicos en diciembre (audiencia España PC+Móvil, según comScore) y superó los 61 millones de páginas vistas de media al mes. Según el medidor Omniture, en diciembre la web registró casi 12 millones de usuarios únicos.

En junio, la edición española celebró su tercer aniversario y aprovechó para presentar un nuevo proyecto: #Mieuropa. Una sección de contenidos que pretende mostrar y conseguir una Europa diferente. Blogs, análisis y las portadas tan características de este medio y un foco puesto en la participación de la gente para llevar adelante los contenidos. *El Huffington Post* sigue siendo un referente en el uso de redes sociales a través de las cuales llega el 52% de sus lectores.

En términos globales, *The Huffington Post* ha proseguido su expansión internacional con la apertura de ediciones como la de India y Australia y se mantiene como medio de referencia informativa global con sus 15 ediciones.

PRISA Revistas

La Factoría es el área de producción de contenidos a medida de PRISA Noticias, tanto en formatos digitales como tradicionales. Desarrolla medios de comunicación para marcas (*owned media)*; Produce y gestiona contenido para las plataformas digitales de clientes *(content management)*; y crea unidades de contenido multiformato a la medida para marcas (*brand voice).*

En el último año han desarrollado nuevos proyectos de medios para clientes externos: la web de tecnología T Life para BBVA; el blog Mazda Rebels; el *site* Somos Empresa para el Banco Popular; el *site* sobre bienestar Hogar.cool para BSH (Bosch, Siemens, Balay); los contenidos web para la nueva agencia de viajes Pangea; y revista *Eroski Club*.

Asimismo, ganó el concurso convocado por Renfe para realizar una aplicación móvil y una revista en papel dirigida a los usuarios de las líneas de alta velocidad.

La Factoría ha completado con nuevos productos la oferta de fin de semana de *El País*. Adquirió el 100% de *S Moda* y la transformó en una revista mensual; cambió el formato de *Buenavida*, aumentando su periodicidad y número de páginas; relanzó *Tentaciones*, tanto en papel como en formato digital; creó *Icon Sport*, de periodicidad semestral y complemento de la revista *Icon*, y colabora en el diseño y gestión de *JotDown Smart*. Esta reconfiguración de las revistas ha convertido a PRISA Noticias en uno de los editores de estilo de vida líderes en España, presentes en tres de los grandes segmentos publicitarios: moda femenina, moda masculina y salud.

En 2015 se cedió a terceros la edición de las cabeceras *Cinemanía* y *Car,* así como el contrato del suplemento *El Dominical* a Grupo Zeta y se dejó de publicar la edición española de *Rolling Stone.*

MeriStation

Durante el año 2015, MeriStation ha impulsado la creación de nuevos contenidos audiovisuales relacionados con *gaming* como respuesta a los nuevos modos de consumo que han generado un nuevo perfil de usuario cada día más audiovisual. Se ha reforzado el canal de videojuegos en Youtube, que ha alcanzado los 60.000 fans, igualando el consumo de vídeo nativo de la página.

Además de estar presente en los eventos más importantes del sector del videojuego (E3 de Los Ángeles, Gamescom en Colonia, Tokio Game Show y Gamergy en España, entre otros), MeriStation retransmitió en exclusiva contenidos del mundo de los eSports (Red Bull Kumite).

A finales de año MeriStation cerró acuerdos tecnológicos adoptando un *player* de última generación que incrementó el número de visualizaciones tanto en España como en Latinoamérica. Durante gran parte del año MeriStation se posicionó como líder de la categoría *gaming information* en PC en España (comScore).

El director de *El País,* Antonio Caño, entrega el premio de Pensamiento de la revista *Icon* al filósofo Bernard-Henri Lévy

PRISA Radio

PRISA Radio es el mayor grupo radiofónico en español con 26.342.000 oyentes y más de 1.250 emisoras entre propias, participadas y asociadas en México, España, Estados Unidos, Colombia, Costa Rica, Panamá, Argentina y Chile, y a través de franquicias en Guatemala, Ecuador, Paraguay y República Dominicana. PRISA Radio tiene un modelo de negocio consolidado en sus distintos formatos radiofónicos, a la vez que apuesta por la tecnología y por la digitalización de sus contenidos. La música constituye un importante vector de crecimiento, junto con la organización y gestión de eventos.

Este modelo hace de PRISA Radio un referente radiofónico de carácter global en el mundo de habla hispana. La presencia internacional y la especial atención a las particularidades locales permiten optimizar el intercambio de experiencia de negocio y multiplicar la generación de valor.

Un año más, las marcas de radio hablada de PRISA Radio han mantenido su compromiso con la información, el deporte y el entretenimiento a través de una potente red de emisoras, páginas webs y aplicaciones móviles.

En España, PRISA Radio finaliza el 2015 con 11.710.000 oyentes. Cadena SER, que cuenta con 4.512.000 oyentes, es líder absoluto en el segmento de radio hablada. 40 Principales, con 3.079.000 oyentes, es desde hace más de cinco décadas la marca radiofónica de entretenimiento número uno en España y tiene una importante proyección en Latinoamérica.

Pedro Sánchez, Albert Rivera, Pablo Iglesias y Alberto Garzón charlan con Pepa Bueno en la noche electoral del 20D

Presentación de la nueva programación de Cadena SER

Radio Caracol, con 1.869.000 oyentes, sigue siendo la cadena de información, deportes y entretenimiento líder en Colombia y una de las más prestigiosas de América Latina, que junto a W Radio, constituyen uno de los pilares de PRISA Radio. El conjunto de emisoras del Grupo Caracol alcanza los 9.683.000 oyentes.

En Chile, PRISA Radio es líder indiscutible del mercado radiofónico con 2.214.000 oyentes. De los once formatos distribuidos, seis se encuentran entre los diez primeros del ranking de audiencia, destacando la emisora de radio hablada ADN Radio Chile y Radio Corazón que es la más escuchada del país.

En el mercado de México, PRISA Radio opera a través de Radiópolis, participada al 50% por Televisa, y en la que PRISA Radio aporta su amplia experiencia en el negocio radiofónico. Radiópolis, a través de sus 75 emisoras, propias y afiliadas, distribuye seis líneas de programación hablada y musical. Alcanza una audiencia de 1.385.307 seguidores diarios.

En Argentina, PRISA Radio consigue 972.000 oyentes en la ola octubre-diciembre de 2015. Radio Continental continúa reforzando su reconocimiento en el panorama radiofónico de radio hablada argentino.

PRISA Radio en Estados Unidos opera dos emisoras que emiten en español, una para la zona de Los Ángeles y sur de California, zona que concentra a más del 30% de la población hispana de Estados Unidos, y otra que emite en Miami, ciudad en la que es líder en radio hablada para el mundo hispano. Alcanza en diciembre una audiencia de 144.400 oyentes. Además, PRISA Radio posee GLR Networks, empresa productora y distribuidora de programas y espacios comerciales con más de 100 emisoras afiliadas.

En Costa Rica, PRISA Radio opera cuatro formatos de radio a través de una sociedad participada al 50% con el Grupo La Nación. Con cuatro líneas de radio musical, Bésame, Los 40 Principales, Q'Teja y Viva Radio, cuenta con 233.000 oyentes diarios.

Durante 2015, Prisa Radio ha intensificado sus esfuerzos para posicionar sus productos como referentes en el ecosistema de medios digitales, buscando liderar el desarrollo del audio online en todos sus mercados. Las emisoras de la compañía ya emiten más de 44 millones de horas mensuales de radio en directo, tienen más de 10 millones de descargas mensuales de audios bajo demanda y han sobrepasado los 28 millones de navegadores únicos en sus diversos productos web y móviles. Asimismo, cuenta con una sólida base de seguidores en las diferentes redes sociales, que ya alcanzan los 38 millones.

Las principales líneas de trabajo de este año han sido: La migración de los portales de las radios a nuevas plataformas digitales, con el objetivo de dotar a todos los productos de herramientas de gestión de contenidos que potencien el consumo de audio, faciliten la publicación de contenido multimedia, se adapten al

El expresidente uruguayo José Mujica en el Congreso de la Sabiduría y el Conocimiento

consumo móvil y permitan generar más tráfico. Con los nuevos productos, se ha incrementado el tráfico un 69% respecto a 2014

Se ha intensificado el lanzamiento de aplicaciones para todas las marcas de radio, utilizando la plataforma corporativa para el desarrollo de aplicaciones, Replicapp. El consumo de audio a través del móvil ya alcanza al 65% del total en algunos productos.

Ha habido una mayor digitalización de las emisoras locales, lanzando más de 20 webs de emisoras locales de Cadena SER en España, sitios locales de Oxígeno y Caracol en Colombia y emisiones en *streaming* de diferentes emisoras de México.

Finalmente, siguiendo la tendencia hacia la multidistribución de contenidos, se ha lanzado Radiapp, una aplicación agregadora que permite escuchar todas las emisoras de Prisa Radio en Colombia y se han integrado las aplicaciones de Los 40 Principales y Cadena SER con el sistema de coches conectados de Ford, Applink.

La música en PRISA Radio

Nuestras emisoras musicales en España han sido líderes de audiencia, ocupando Los 40 Principales la primera posición del ranking, seguida inmediatamente por Cadena Dial, que celebró su 25º Aniversario con una gala en la que participaron los mejores artistas nacionales e internacionales.

Además, se ha consolidado el liderazgo de Ke Buena en México, el reposicionamiento de Tropicana en Colombia o la creación de Viva Radio en Costa Rica. Por otro lado, Los 40 Principales es, un año más, la emisora de éxitos de mayor cobertura en Latinoamérica.

También en Latinoamérica destacaron los dos macro eventos de México en el Estadio Azteca con la emisora Ke Buena, que consiguió el liderazgo de audiencia en el país, reuniendo a las mejores bandas, ante más de 100.000 personas. Los 40 Principales recibió en dos ocasiones en el Azteca a artistas como J Balvin, Moderato, American Authors, Ana Torroja, DJ Luis López o Miguel Bosé.

En 2015, Colombia organizó numerosos eventos: se lanzó la primera edición del Radio Fest, un concierto doble de 40 Principales y Radioacktiva en el Simón Bolívar, con más de 40.000 oyentes que disfrutaron de artistas como Julieta Venegas, Jorge Villamizar o Efecto Pasillo, entre otros. También, la emisora estrella Tropicana congregó a 25.000 personas en su evento de Navidad.

En Chile se organizó, un año más, la gran feria del videojuego Festigame, que reunió a 40.000 personas. En el terreno de los conciertos, las emisoras chilenas Corazón, Pudahuel, FM Dos y Radioactiva, recibieron un total de 60.000 personas en sus eventos de marca.

Los programas con contenidos globales tuvieron también un gran protagonismo, tanto con World Dance Music y Black Jack, como con el recién lanzado 40 Global Show, un espacio que se emite en todas las emisoras de 40 Principales de los 11 países en los que está presente.

Concierto de Viva Radio, la música de su vida

Planet Events

La promotora de conciertos Planet Events ha organizado en 2015 giras en España de importantes artistas nacionales e internacionales como Maná (con más de 120.000 espectadores), Dvicio, Franco Battiato, Franco de Vita, Juanes o Caetano Veloso & Gilberto Gil. También ha programado conciertos de artistas de renombre como Sabina, Serrat, Raphael, Fito y Fitipaldis, Estrella Morente y Niño Josele o Pablo Alborán, entre otros.

Un año más, ha destacado su producción en Premios Dial, Premios 40 Principales, Premios As del Deporte, Premios Ondas, Primavera Pop, Actúa y 90 Aniversario de Radio Madrid.

Asimismo, ha formado parte de la organización de festivales y eventos especiales como Dcode, Festival Charco, Días Nórdicos o Sama-Sama, además de crear el ciclo Madtown Days y la plataforma artística Mad Moon Music.

Tyrona Eventos

En 2015 se lanzó Tyrona Eventos, la nueva operación de eventos de PRISA Radio en Latinoamérica.

En los primeros seis meses se realizaron entre Colombia y México más de 15 eventos musicales de todo estilo y formatos, como el Concierto Vives and Friends realizado en el Estadio El Campín y con el que se batieron records de asistencia en Colombia.

Tyrona Eventos inició el acuerdo estratégico alcanzado con la compañía líder en eventos de música electrónica SFX, con la promoción de Life in Colour en Ciudad de México, Monterrey y Bogotá y el evento Tomorrowland Unite, también en la capital mexicana.

PRISA Audiovisual

PRISA Vídeo

PRISA Vídeo nace en 2015 para desarrollar e impulsar la producción, distribución y comercialización de vídeo en el grupo PRISA, en entretenimiento, actualidad, información, ficción y educación.

PRISA Vídeo ha lanzado un sello de producción audiovisual de prestigio, incorporando las nuevas narrativas de vídeo digital, así como la producción clásica para terceros. Esta productora tiene como uno de sus principales objetivos desarrollar contenidos junto a los anunciantes e impulsar así la transformación comercial y el crecimiento de la publicidad nativa.

Para el nuevo canal de Movistar+, Zero, PRISA Vídeo está produciendo *Guardianes de la Historia*, un docu-show que documenta el recorrido que tres presentadores realizan por varios monumentos del mundo amenazados por la guerra, la contaminación, el abandono o el paso del tiempo.

Como ejemplo de su dedicación a otras empresas en el marco de campañas de publicidad nativa, PRISA Vídeo ha producido *La Carrera Especial*, un proyecto para el Banco Santander. En este formato se reproducen 20 conversaciones entre estudiantes y profesionales de las carreras del futuro en localizaciones tales como la NASA, el centro astronómico de Atacama (ALMA), universidades de prestigio, empresas innovadoras, etc.

PRISA Vídeo analiza también las oportunidades del entorno de negocio de vídeo digital independiente de nuestras marcas actuales para diseñar y lanzar nuevos productos.

Esta división transversal de PRISA trabaja, además, día a día con los equipos de tecnología y comerciales para cualificar la oferta de contenido y la estrategia comercial de vídeo de todo el Grupo.

El impulso de acuerdos de distribución, la identificación de herramientas de vídeo y la expansión del proyecto en Latinoamérica y USA Hispanics son otros de sus objetivos.

Media Capital

Durante 2015, Media Capital mantuvo su esfuerzo por optimizar procesos, estructurar costes, y poner el foco en áreas de crecimiento estratégicas, en busca de nuevos modelos de captación de ingresos manteniendo la innovación, calidad y diversidad de la oferta de contenidos.

Además, las empresas del grupo prosiguieron en el refuerzo y creación de sinergias, aprovechando lo mejor de cada una para desarrollar proyectos innovadores. Los resultados fueron positivos internamente, desde el punto de vista del consumidor y en lo que respecta a la introducción de nuevas formas de comunicación y contenidos en el mercado. En ese ámbito, destacan TVI y Media Capital Digital (MCD) que, además de los esfuerzos de integración entre las respectivas redacciones y el departamento comercial, mantuvieron el desarrollo de sinergias, aprovechando el know-how del área digital y los contenidos exclusivos de la emisora para crear apps innovadoras e interactivas.

Tras de la incorporación de la red de sites de Media Capital Radios (MCR) a la red de MCD, se intensificó el desarrollo de contenidos cruzados y de servicios entre estos canales y los productos de Media Capital.

En cuanto a la producción audiovisual, en 2015 la calidad de las producciones de Media Capital fue reconocida una vez más, tanto en Portugal como fuera, con

Programa portugués de noticias *Jornal das 8*, líder de los informativos en su horario

varios premios y nombramientos relevantes. Los servicios de construcción de escenarios y de captación de imágenes mantuvieron su crecimiento internacional.

En 2015 Media Capital obtuvo unos ingresos de 179,8 millones de euros y un EBITDA de 42,1 millones de euros. Sus ingresos de publicidad ascendieron a 114,1 millones de euros.

TVI

TVI terminó el año de nuevo como líder indiscutible de audiencias en Portugal. Sus contenidos abordan una amplia diversidad de géneros, con especial atención a la ficción, la información, el entretenimiento y el deporte.

En el apartado de ficción, la cadena ha continuado su estrategia de llevar la ficción a los horarios de máxima audiencia, con la emisión de novelas de gran éxito como: *Mulheres* (nominada para un Emmy Internacional en la categoría de Mejor Novela) *Jardins Proibídos* y la gran producción *A Única Mulher*, que se desarrolla entre Portugal y Angola

En lo que respecta la información: *Jornal da Uma* fue líder en su horario con una cuota del 26,5% (655.200 espectadores), *Jornal das 8* también fue líder en su horario con una cuota del 25,1% (1.090.000 espectadores), y *Repórter TVI* (reportajes de investigación), emitido semanalmente, obtuvo una audiencia media de más de 1.200.000 de espectadores.

El concurso Master Chef también ha conseguido grandes audiencias en Portugal

Los grandes formatos de entretenimiento siguieron siendo líderes en el *prime time* y a lo largo del día, durante la semana. El fin de semana el espacio *Somos Portugal* —programa en directo que recorre el país de norte a sur— lideró en su franja horaria con una audiencia media del 21.8%

En el apartado deportivo, los partidos de *Taça da Liga Portuguesa* registraron una cuota del 30,3%.

TVI24

El canal de información continua del Grupo Media Capital, TVI24, registró una cuota media del 1,6%, reforzando su posición como estación de referencia. TVI24 mantuvo su compromiso de ofrecer el mejor y más completo servicio de actualidad de noticias y consolidó su oferta de programas de debate, comentario y reflexión. Además, el canal fortaleció sus contenidos deportivos, en colaboración con TVI.

La página web y las apps de TVI24 han registrado tasas de crecimiento significativas y han batido records de audiencia y de descargas. Al final de 2015, las apps de TVI24 registraron más de 1.200 mil descargas acumuladas.

TVI amplía su presencia en el mundo

TVI tiene como meta llevar los mejores contenidos de ficción, entretenimiento e información hechos en Portugal a mercados donde las comunidades de lengua portuguesa tengan una presencia relevante. Lo mejor de TVI en las áreas de la información, ficción y entretenimiento está actualmente presente en 15 países y 25 plataformas de distribución: Angola, Mozambique, Cabo Verde, España, Francia, Andorra, Suiza, Mónaco, Luxemburgo, Reino Unido, Timor, Estados Unidos, Puerto Rico, Australia y Nueva Zelanda.

Además, TVI lanzó en 2015 dos nuevos canales:

- **TVI África**, el primer canal en portugués hecho específicamente para los países africanos de habla portuguesa.
- **TVI Reality**, un canal emitido en exclusiva en la plataforma NOS, con emisión 24 horas de los reality shows de TVI.

Presencia reforzada en el entorno digital

TVI lanzó una nueva plataforma digital gratuita: TVI Player, que está disponible en la web o a través de sus apps y lleva la TVI a todo el mundo, en directo o grabado. Desde su lanzamiento fue un éxito, con 2 millones de accesos a vídeos en dos semanas. La plataforma, desarrollada por TVI y MCD, fue la única representante portuguesa en la categoría de media en los Web Summit Awards y ganó el Premio a la Mejor Widget/App TV en los prestigiados Premios ACEPI Navegantes XXI.

Plural Entertainment

Plural Entertainment mantiene su posición como una de las mayores productoras audiovisuales en la península Ibérica, destacando expresamente en el área de ficción en lengua portuguesa y en el área de entretenimiento en español.

Plural cuenta entre sus clientes con las principales televisiones españolas y portuguesas, y sus proyectos se distinguen por la originalidad de los guiones, el moderno tratamiento de la imagen y una cuidada realización. Sus contenidos lideran audiencias en diversos targets y en diferentes horarios.

En 2015, Plural ha fortalecido su liderazgo, consolidándose como productora de referencia en el sector de la producción audiovisual en Portugal, con más de 560 horas de contenidos producidos. Sus producciones se mantienen como una referencia a nivel nacional e internacional. Además de la ficción, Plural produjo contenidos de entretenimiento y contenidos de publicidad.

EMAV (compañía de medios técnicos de Plural) y EPC (empresa de realización de escenarios) han tenido de nuevo un año de intensa actividad, desde la captación de imágenes para diversas competiciones deportivas hasta la construcción de importantes escenarios para programas de entretenimiento, novelas y series, en el caso de EPC. Las dos empresas captaron nuevos clientes y expandieron su actividad en el exterior, sobre todo en España.

Otros negocios

Media Capital Radios (MCR) lidera por el cuarto año el mercado de radio en Portugal con Rádio Comercial, que registró nuevos récords y terminó 2015 líder con una cuota de audiencia del 34,7%. M80, la radio más escuchada entre las que no tienen un alcance nacional, obtuvo una cuota del 5,9% en el final del año y SmoothFM, el proyecto más reciente de MCR, continúa su crecimiento y alcanzó un share del 1%. Todas las radios organizaron y apoyaron importantes eventos musicales a lo largo del año, creando una relación más directa con los oyentes. La presencia en los principales festivales de música, conciertos y las emblemáticas fiestas de M80 son buenos ejemplos. Rádio Comercial es también líder en el sector de las radios en Facebook.

En el apartado Digital, se destaca la performance de visualizaciones de vídeo de los sitios web de MCD, que superaron los 120 millones en el año 2015. El conjunto de los sitios del Grupo Media Capital quedaron en el top 5 del ranking en Portugal.

Principales magnitudes

Cifras ajustadas de efectos extraordinarios relativos a los cambios en el perímetro de consolidación e indemnizaciones.

Ingresos de explotación
(millones de euros)

Fuente: datos internos

Ingresos
Origen geográfico

Fuente: datos internos

Ingresos
Unidad de negocio
(millones de euros)

Fuente: datos internos

EBITDA
(millones de euros)

Fuente: datos internos

EBITDA
(Reparto geográfico en %)

Fuente: datos internos

EBIT
(millones de euros)

Fuente: datos internos

EBIT
(Reparto geográfico en %)

Fuente: datos internos

Plantilla de PRISA

	Total	
	Hombre	**Mujer**
Santillana	1.887	1.956
Radio*	1.470	921
Noticias	555	291
Media Capital	619	445
PRISA Video	25	16
PBS	65	112
PBS América	3	4
PRISA Corporación	36	47
PGS	19	29
Resto	57	85
Total	**4.737**	**3.906**

* No incluye Radio Internacional.
Fuente: datos internos

Distribución de plantilla por género

Fuente: datos internos

TOTAL PLANTILLA*

8.643

* FTE (Full-Time Equivalent): Número de empleados medios del año expresado en términos de empleados a jornada completa.

Magnitudes digitales

Navegadores únicos
(en miles)

Fuente: Omniture Netscope

Usuarios únicos PRISA
Origen geográfico
(en miles)

Fuente: comScore

Usuarios únicos - PRISA Noticias
(en millones)

	2014	2015	
Total PC Mundial	19,6	20,7	Prisa Noticias SIN Acuerdos
El País	11,7	13,5	Sin sites
As	6,4	6,3	Sin sites
Cinco Días	1,5	1,7	Sin sites
Total movilidad PC + móvil España	15,4	20,1	Multiplataforma España (sin acuerdos)

Fuente: comScore

Origen del tráfico de PRISA
(número de instancias)

Fuente: Site Catalyst/Omniture

Distribución del tráfico social de PRISA
(número de instancias por medio)

Fuente: Site Catalyst/Omniture

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

Fuente: comScore diciembre 2015

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

Empresas pertenecientes a PRISA.

Fuente: comScore diciembre 2015

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

Empresas pertenecientes a PRISA.

Fuente: comScore diciembre 2015

PRISA Noticias

Difusión de los principales diarios de información general
(número de ejemplares, promedio anual)

Fuente: OJD

Difusión de los principales diarios deportivos
(número de ejemplares)

Fuente: OJD

Difusión de los principales diarios económicos
(número de ejemplares)

Fuente: OJD

PRISA Radio

Audiencia de PRISA Radio por países
(miles de oyentes)

	Posición mercado	Cuota audiencia	Oyentes	Fuente
España	**1**	38%	**11.710**	EGM 3ª Ola 2015
Latinoamérica			**16.621**	
Chile	**1**	48%	2.231	IPSOS Septiembre/Diciembre 2015. Gran Santiago
Colombia	**1**	35%	9.684	ECAR 2015, Julio/Octubre 2015
México	**2**	15%	1.385	INRA Diciembre 2015. México DF
USA - Miami	**4**	3%	144	Arbitron, Diciembre 2015
Argentina	**4**	9%	972	IBOPE Octubre/Diciembre 2015
Costa Rica	**3**	12%	227	EGM 3ª Ola Oct/Dic 2015
Portugal	**2**	31,8%	**1.978**	Baremo Radio 5ª Ola Dic. 2015
Total PRISA Radio			**30.309**	

Radio hablada en España
(Miles de oyentes)

Fuente: EGM 3ª OLA 2015

Radio musical en España
(Miles de oyentes)

	Oyentes	Cuota
PRISA Radio	7.198	50,1%
40 Principales	3.079	21,4%
Dial	2.421	16,9%
Máxima	623	4,3%
M80	515	3,6%
Radiolé	560	3,9%
Cadena 100	1.787	12,4%
Europa Fm	1.943	13,5%
Kiss Fm	945	6,6%
Radio 3	465	3,2%
Otras	2.024	14,1%
TOTAL	**14.362**	**100,0%**

Fuente: EGM 3ª OLA 2015

Radio en España
(Miles de oyentes)

TOTAL
11.710

Fuente: EGM 3ª OLA 2015

PRISA Audiovisual

Cuota televisión prime time (Portugal)
(enero-dic. 2015)

Fuente: Gfk

Cuota televisión 24 horas (Portugal)
(enero-dic. 2015)

Fuente: Gfk

Santillana

Venta por línea de actividad
(millones de euros)

*No incluye Ediciones Generales.
Fuente: datos internos

Venta por origen geográfico
(millones de euros)

	2014	2015
España y Portugal	120.9	144.5
España	114.5	138.9
Portugal	6.5	5.6
Brasil	218.4	175.4
México	89.4	93.1
Venezuela	27.2	4.7
Argentina	22.0	39.9
Chile	28.0	29.3
Perú	16.4	19.9
Colombia	19.9	19.5
Resto de América	91.9	106.8

Fuente: datos internos

Libros vendidos al año
(millones de ejemplares)

Fuente: datos internos

Expansión Uno y Compartir
(presencia en Latinoamérica)

UNO y Compartir
(en miles de alumnos)

Var. Año Anterior

Total: +28%
COMPARTIR: +42%
UNO: +7%

Fuente: datos internos

Gobierno corporativo

Cuentas Anuales Consolidadas 2015

Informe de Gestión 2015

DESCARGAR

Informe Anual de Gobierno Corporativo 2015

DESCARGAR

En 2015 se ha culminado el proceso de revisión de las normas internas de gobierno corporativo de la compañía para su adaptación a la nueva Ley de Sociedades de Capital —aprobada en diciembre de 2014— y al nuevo Código de Buen Gobierno de las sociedades cotizadas —aprobado por la CNMV en febrero de 2015—. Como resultado de este proceso cabe destacar:

- En la Junta de Accionistas de PRISA celebrada en abril de 2015 se modificaron los Estatutos Sociales y el Reglamento de la Junta de Accionistas.
- El Reglamento del Consejo de Administración también ha sido modificado, no solo para su adecuación a la nueva Ley sino también para incluir determinadas recomendaciones del Código de Buen Gobierno. De esta forma, la supervisión de la política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se ha atribuido al Comité de Gobierno Corporativo que asume, entre otras, las siguientes funciones:
  - Impulsar la estrategia de gobierno corporativo así como supervisar la actuación del Grupo en materia de RSC e informar al respecto al Consejo de Administración.
  - Informar y proponer al Consejo para la aprobación del Informe Anual de Gobierno Corporativo y del Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad.
  - Supervisar la estrategia de comunicación y relación con accionistas e inversores, incluyendo los pequeños y medianos accionistas.
- En diciembre de 2015, en línea con más recomendaciones recogidas en el Código de la CNMV, el Consejo aprobó una «Política de comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto» y una «Política de selección consejeros». A este respecto hay que destacar que el Comité de Nombramientos y Retribuciones ha aprobado el objetivo de que en la composición del Consejo el número de consejeras represente, al menos, el 30% del total, en el año 2020, habiéndose aprobado una serie de principios u orientaciones que deberán observarse internamente por la compañía para mejorar el equilibrio de género en los órganos de gestión de PRISA.
- Finalmente, el Consejo también ha aprobado la Estrategia Fiscal del Grupo que tiene como objetivo cumplir con la normativa tributaria y los principios rectores del buen gobierno fiscal, contribuir a minimizar los riesgos fiscales que pudieran surgir de su actividad y asegurar un comportamiento fiscal responsable con la sociedad y sus grupos de interés, sin menoscabo de la generación de valor para el accionista, evitando riesgos e ineficiencias fiscales en la ejecución de decisiones de negocio y asegurando una buena gestión empresarial.

En 2016 se continuarán las acciones emprendidas en 2015 en materia de gobierno corporativo, prevención penal y cumplimiento, con el fin de consolidar la estructura orgánica de cumplimiento dentro del Grupo PRISA. Se llevarán a cabo acciones de formación y se procurará la sensibilización de todos los colectivos afectados.

Nuestra estructura de gobierno y su responsabilidad en la elección de contenidos

El Consejo de Administración de PRISA tiene constituidos los siguientes Comités: (i) una Comisión Delegada, (ii) un Comité de Auditoría, (iii) un Comité de Gobierno Corporativo, (iv) un Comité de Nombramientos y Retribuciones y (v) un Comité de Transformación Tecnológica.

De la composición y competencias de la Comisión Delegada y de dichos Comités se informa detalladamente en el IAGC. Asimismo, los Comités de Auditoría, de Gobierno Corporativo, de Nombramientos y Retribuciones y de Transformación Tecnológica han emitido sus respectivos informes en los que se describen las funciones y actividades durante el ejercicio 2015.

En cuanto a los procesos de toma de decisiones por parte de la estructura de gobierno de PRISA en relación con la creación y divulgación de contenidos y los procesos para asegurar la independencia editorial, el Consejo de Administración no participa en los procesos de definición de los contenidos, si bien algunos de los consejeros ejecutivos y no ejecutivos, y diversos miembros de la alta dirección de la compañía forman parte de los máximos órganos de administración de las unidades de negocio y/u ostentan funciones ejecutivas en alguna de ellas.

- En las áreas de Prensa y Radio, el Grupo tiene constituido un Comité Editorial en el que participan el presidente y el consejero delegado de PRISA y algunos de los principales directivos de las unidades de negocio mencionadas y del Grupo, responsables de los contenidos, así como periodistas con larga trayectoria profesional. El Comité define la línea editorial del Grupo en los temas de actualidad, sin que en el mismo participen personas que puedan tener intereses económicos y/o políticos. Este Comité es el garante de la independencia del Grupo. Asimismo, *El País* dispone de su Estatuto de la Redacción, aprobado por la junta general de accionistas de PRISA, y su propio Comité de Redacción, órgano de representación profesional de la Redacción. El Estatuto establece que *El País* rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguarda constituye la razón última del trabajo de redacción.

- Por lo que respecta a Media Capital, la independencia editorial en Portugal está protegida por ley en materias que afecten al trabajo de los periodistas y la información que producen. Por tanto, dado que así se garantiza en la Constitución, leyes sectoriales y estatutos editoriales, no existe un comité que aborde de forma específica los contenidos periodísticos.

- Por lo que se refiere al área editorial, los contenidos de los libros que edita Santillana en todo el mundo vienen condicionados por los currículos que el gobierno de cada país determina para cada una de las asignaturas escolares. Dentro del Santillana existen comités corporativos, glo-

bales y nacionales para la toma de decisiones que se refieren a la construcción del proceso editorial: planes editoriales, objetivos empresariales, comerciales, de creación, de comunicación, de innovación, etc. En todas las casas Santillana existen comités editoriales que tratan sobre los contenidos que deben editarse, sobre su edición, su comunicación, las innovaciones que deben aportar, aspectos científicos, gráficos, de redacción o de producción. Los comités se reúnen regularmente y son nacionales (de dirección, editorial, comercial, etc.) y globales (con cada uno de los países, con los países en conjunto, con países que pertenecen a un programa de desarrollo editorial concreto). Desde el centro corporativo se coordinan los comités de contenidos globales (con periodicidad semanal, mensual o por proyectos, que se documentan en actas y/o informes, etc.). Santillana cuida en todos los países el cumplimiento de la normativa oficial correspondiente a los currículos oficiales, tanto en los productos de venta regular en centros privados, como en las licitaciones públicas y se preparan con antelación los fundamentos de cada proyecto editorial de acuerdo a los manuales de estilo editorial.

Adicionalmente, los distintos medios de comunicación del Grupo disponen de canales institucionales para acoger sugerencias, críticas y quejas, y organizan actos de visitas a sus instalaciones, con la finalidad de acercarse a los distintos grupos sociales y permanecen atentos a las sensibilidades de los diferentes grupos de interés y abiertos al debate de ideas, que sirven para enriquecer a la sociedad en su conjunto. En este sentido, los grupos de interés pueden hacer llegar sus consultas, sugerencias y quejas al centro corporativo, a través del Departamento de Comunicación, la Oficina de Relación con Inversores, y de la Oficina de Atención del Accionista.

Nuestra estructura de gobierno y la gestión de los riesgos

El Sistema de Gestión de Riesgos de PRISA tiene una estructura piramidal ya que la identificación de los riesgos es realizada desde la base por las Direcciones Generales de las unidades de negocio, consolidada a nivel corporativo y agregada y homogeneizada por la Dirección de Auditoría Interna que informa periódicamente de los resultados al Comité de Auditoría.

Este Comité tiene atribuida, entre otras, la competencia en la evaluación de todo lo relativo a los riesgos no financieros de la empresa —incluyendo los operativos, tecnológicos, legales, sociales, medio ambientales, políticos y reputacionales— y eleva los asuntos de relevancia al Consejo de Administración que asume, entre sus facultades, la determinación y supervisión de la política de control y gestión de los riesgos de la organización.

La descripción de los riesgos e impactos más relevantes para el Grupo y la descripción de los procesos para su identificación, valoración, análisis y gestión, se recogen en la Memoria Anual del ejercicio, así como en el Informe Anual de Gobierno Corporativo y en el Informe Anual de Actividades del Comité de Auditoría.

Cumplimiento y código ético

PRISA apuesta por un sector de la comunicación sólido y profesional basado en mecanismos de control que garanticen la transparencia y el respeto a los códigos establecidos. Desde sus inicios, las empresas del Grupo han impulsado diferentes reglamentos, estatutos y mecanismos para asegurar el correcto funcionamiento de nuestros equipos en las labores diarias de creación y supervisión de nuestros contenidos y productos.

En 2015 hemos avanzado en materia de concienciación y divulgación interna sobre la relevancia y el impacto que cada uno de los grupos de interés de PRISA tiene en su reputación, entendiendo que del compromiso y responsabilidad individual con estos principios y valores depende la buena marcha de la organización.

Unidad de Cumplimiento

En el marco de las nuevas exigencias regulatorias, PRISA está reforzando su estructura de cumplimiento normativo. En este contexto se ha constituido en 2015 la Unidad de Cumplimiento que tiene encomendada, no solo la supervisión del modelo de prevención penal de la compañía, sino también la de promover el comportamiento ético de los empleados, vigilar el cumplimiento de la legislación aplicable y de la normativa interna de todas las actividades del Grupo. Esta nueva unidad —integrada por el secretario general, la directora de Auditoría Interna y la directora de Recursos Humanos— es un órgano independiente que reporta al Comité de Auditoría y cuenta con un Reglamento de Funcionamiento que ha sido también aprobado por el Consejo de Administración de PRISA. Además, se han creado otras unidades de cumplimiento en las sociedades subholding de las principales unidades de negocio del Grupo, que actuarán sobre las sociedades que integran sus respectivas unidades de negocio.

En este ejercicio, se ha puesto en marcha el proceso de revisión del Modelo de Prevención Penal que, previsiblemente, finalizará durante el ejercicio 2016. Dentro de las acciones iniciadas por la compañía en esta materia hay que destacar la aprobación, en diciembre de 2015, de un nuevo Código Ético de PRISA, que sustituye al Código de Conducta que estaba en vigor desde diciembre de 2011.

Nuevo Código Ético

En diciembre de 2015 el Consejo de Administración de PRISA, a propuesta del Comité de Gobierno Corporativo, aprobó un nuevo Código Ético, que contiene el catálogo de principios y normas de conducta que han de regir la actuación de las compañías que forman el Grupo y de todos sus profesionales (miembros de los órganos de administración, directivos, trabajadores, estudiantes en prácticas y becarios). No obstante, más allá de su propio ámbito de actuación, el Grupo se compromete a promover el conocimiento y la adopción del mismo entre sus socios comerciales, colaboradores periodísticos y editoriales, proveedores y empresas colaboradoras.

El Código recoge unos principios éticos generales y unas normas generales de conducta relativas a:

i) Cumplimiento de la normativa y conducta profesional íntegra.
ii) Uso de los recursos y medios para el desarrollo de la actividad profesional.
iii) Conflictos de intereses de los profesionales y relaciones de clientela con el Grupo.
iv) Control interno y prevención de la corrupción: regulándose aspectos tales como la fiabilidad de la información y control de registros, información reservada y confidencial, protección de datos personales, obsequios, regalos y atenciones, sobornos y medidas contra la corrupción y prevención del blanqueo de capitales e irregularidades en los pagos.
v) Imagen y reputación corporativa.
vi) Relaciones con otros grupos de interés (accionistas e inversores, socios en proyectos mercantiles, clientes y usuarios, colaboradores, proveedores, contratistas y empresas colaboradoras, competidores, gobiernos y autoridades, etc.).

La Unidad de Cumplimiento es la responsable de velar por el seguimiento del Código y promover acciones de difusión y formación sobre el mismo. En este sentido, en 2015, el Código se ha comunicado y difundido entre todos los profesionales del Grupo a quienes resulta de aplicación y está prevista la puesta en marcha de un plan formativo específico para todos los profesionales durante el ejercicio 2016. El Código Ético está permanentemente publicado en la página web corporativa www.prisa.com y en la intranet global de PRISA, Toyoutome.

Canal de Denuncias

El Grupo dispone de un buzón de denuncias para la recepción de las denuncias relativas a irregularidades o incumplimientos tanto de normativa externa como interna en materias que afecten al Grupo, a sus empleados o a sus actividades. Este canal fue implantado en 2011 para el cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley y ha sido mantenido por decisión expresa del Consejo de Administración después que las acciones de la compañía hayan dejado de cotizar en Estados Unidos, de conformidad con las mejores prácticas contempladas en el marco de control interno de COSO. En el ejercicio 2015 se ha ampliado el alcance de las denuncias desde el original, referido exclusivamente a aspectos de contabilidad y control interno, al actual descrito anteriormente.

Se trata de un canal de comunicación confidencial y anónimo para los empleados accesible en la intranet, habiéndose habilitado adicionalmente un apartado de correos para la recepción de las denuncias. Desde su implantación y hasta octubre de 2015 las denuncias eran gestionadas por el Comité de Auditoría, y, desde noviembre de 2015, este canal ha pasado a ser gestionado por la Unidad de Cumplimiento. Adicionalmente, existe un buzón de denuncias confidencial para terceros vinculados al Grupo, accesible en la página web corporativa www.prisa.com.

Colaboración con relevantes asociaciones e instituciones

Las sociedades de PRISA forman parte de las más relevantes asociaciones profesionales de ámbito nacional e internacional, y participan activamente en distintas organizaciones sectoriales con la finalidad de impulsar las mejores prácticas y el mejor intercam-

bio de ideas en todos los países en los que está presente.

En el ámbito europeo PRISA es miembro del European Publishers Council, importante asociación de editores que representa los intereses y puntos de vista comunes de todos ellos ante las autoridades de la UE, International Press Institute (IPI), WAN-IFRA (World Association of Newspaper and News Publishers), OPA Europe (Online Publishers Association Europe), y el Club de Roma, entre otras. También de ASIMELEC (Asociación Multisectorial de Empresas de Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Electrónica), de IAB Spain (Internet Advertising Bureau), la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) y la Asociación para el Progreso de la Dirección (APD).

En el ámbito iberoamericano, forma parte de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), y del Consejo Empresarial de América Latina (CEAL). Asimismo, PRISA ha sido impulsora del Foro Iberoamérica, que reúne anualmente a destacadas personalidades de la política, la empresa y el mundo de la cultura de los países de la región, para la reflexión sobre los problemas comunes en este espacio geográfico y cultural.

En España, en el área de educación, Santillana pertenece a la Asociación Española de Editores de Libros y Material de Enseñanza (ANELE), Federación del Gremio de Editores de España (FGEE), Asociación de Editores de Madrid, IMS Global Learning Consortium y a otras asociaciones del sector educativo cuyos valores de referencia son la maestría, la responsabilidad y la calidad.

En lo que se refiere a la prensa, los periódicos y revistas del Grupo participan en la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE). También estamos presentes en la Alianza de Periódicos Líderes en Europa (LENA) que fomenta el periodismo de calidad, en ARI (Asociación de Revistas de Información) y la Asociación de Editores de Revistas Culturales de España (ARCE). Todos los medios de PRISA en España forman parte de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (conocida como Autocontrol), y en el ámbito de la propiedad intelectual pertenecen al Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO).

En el área de radio, la Cadena SER es miembro de la Asociación Española de Radiodifusión Comercial (AERC), la UER (Unión Europea de Radiodifusión), la AMPE (Asociación de Medios Publicitarios de España), AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado), AEA (Asociación Española de Anunciantes), ARTE (Asociación de Representantes Técnicos del Espectáculo), la Asociación de Promotores Musicales (APM) y Promusicae (Productores de Música de España), que representa a la industria discográfica de España.

En Colombia es miembro de ASOMEDIOS, SAYCO & ACINPRO y ACIM (Asociación Colombiana de Investigación de Medios). En México de ARVM (Asociación de Radio del Valle de México) y en Argentina en ARPA (Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas) y CCMA (Cámara de Control Medición de Audiencia).

En Portugal, Grupo Media Capital participa en la Confederación Portuguesa de Medios de Comunicación Social, que agrupa a más de 600 empresas de los sectores de la prensa, la radio y la televisión, AMETIC (Asociación de empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales), APDC (Asociación Portuguesa para el Desarrollo de las Comunicaciones), AEM (Asociación de las Empresas Emitentes de Valores Cotizados en el Mercado de Valores), CAEM (Comisión de análisis y estudio de medios), ACEPI (Asociaciones de la economía digital y comercio electrónico), AIABP (Interactive

Documento
Detalle del listado de las asociaciones e instituciones a las que SANTILLANA pertenece
DESCARGAR

Advertising Bureau (Portugal), AEOM (Asociación de Editores de Obras Musicales) y APR (Asociación Portuguesa de Radiodifusión).

Asimismo, PRISA forma parte de Emisores Españoles, asociación formada por las empresas cotizadas en Bolsa y emisoras de valores españoles, y tiene como objetivos básicos: participar en el desarrollo de un mejor marco legal, de estándares elevados de gobierno corporativo, promover la comunicación entre las sociedades y sus accionistas, y el diálogo y con la Administración.

Redacción de *El País*

Accionistas e inversores

Estructura accionarial de PRISA

El capital social de PRISA está integrado, a 31 de diciembre de 2015, por 78.335.958 acciones ordinarias. Estas acciones cotizan en las bolsas españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia).

Durante el ejercicio 2015, se ha realizado una agrupación y canje de las 2.158.078.740 acciones en que se dividía el capital social para su canje por 71.935.958 acciones de nueva emisión en la proporción de una nueva por cada 30 antiguas, con elevación del valor nominal de 0,10 € a 3 €, sin modificación de la cifra de capital social. El canje de acciones surtió efectos el día 22 de mayo de 2015.

Durante el ejercicio 2015, PRISA ha puesto en circulación 6.400.000 acciones ordinarias procedentes del

Junta General de accionistas, 2015

aumento de capital suscrito en su totalidad por International Media Group.

Tras los movimientos en el capital social de la compañía en el ejercicio 2015, los accionistas más representativos del capital son Amber Capital, Telefónica, Rucandio, Consorcio Transportista Occher S.A., International Media Group, HSBC, Banco Santander, Caixabank y Société Générale, situándose el capital flotante de la compañía entorno al 30%.

Evolución de la acción durante el ejercicio

La acción ordinaria de PRISA comenzó el año con un precio de 7,86 euros (2 de enero 2015) y terminó con un precio de 5,22 euros por acción (31 de diciembre 2015), lo cual supone una caída de precio del 33,6%.

El comportamiento de la acción de PRISA ha sido muy variado a lo largo de los distintos trimestres del año, mostrando una subida del 14,1% en el primer trimestre, una caída del 11,1% en el segundo, seguido de una caída del 58,1% en el tercero y cerrando el año con una subida del 41,3% en el cuarto trimestre estanco. Dicho comportamiento ha estado muy influido por la evolución de la estructura de capital y los acontecimientos macroeconómicos y políticos a lo largo del ejercicio.

Canales de comunicación con accionistas e inversores

El departamento de Relación con Inversores ha buscado mantener y mejorar la fluidez en la comunicación con accionistas, inversores y mercados financieros, así como incrementar la transparencia en la información transmitida. Este objetivo se ha vuelto sustancialmente importante durante 2015, puesto que durante este año han tenido lugar:

- Una recuperación de las condiciones macroeconómicas en España, en un entorno de incertidumbre política.
- Un comportamiento irregular de las divisas latinoamericanas de países en los que opera la Sociedad.
- La continuación del proceso de restructuración de personal del Grupo.
- Diversos cambios en el perímetro de consolidación del Grupo.
- La ejecución parcial del plan de refinanciación de la deuda financiera del Grupo, con procesos de recompra a descuento.
- Cambios en la estructura de capital que han llevado a una modificación del número total de acciones en circulación.

Todos estos elementos han hecho que la necesidad de atención a accionistas e inversores, tanto de deuda como de *equity*, aumente, incrementándose también la labor del departamento de Relación con Inversores.

El departamento busca proporcionar la información necesaria a los analistas financieros que cubren la Sociedad para que puedan realizar análisis adecuados del Grupo PRISA. Las circunstancias anteriormente descritas han hecho necesario también un especial cuidado a los analistas financieros durante 2015.

En diciembre de 2015 el Consejo de Administración aprobó, a propuesta del Comité de Gobierno Corporativo y en cumplimiento de las recomendaciones del

Código de Buen Gobierno de la CNMV, una «Política de Comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto», que regula los principios generales y los canales generales de información y comunicación para las relaciones de la Sociedad con dichos colectivos.

Los principales canales de comunicación son:

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

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

Página web corporativa

a) La web corporativa publica toda la información que la Compañía pone a disposición de los accionistas y del público en general. Constituye, por tanto, una herramienta clave para reforzar la comunicación del Grupo con los agentes del mercado.

b) Proporciona una amplia información sobre las áreas de actividad y la presencia geográfica del Grupo y sobre los proyectos de acción social y cultural que se llevan a cabo. También se publican las notas de prensa relativas al Grupo.

c) Además, contiene una sección especialmente dedicada a los accionistas e inversores, en la que se incluye la totalidad de la información exigible por la Ley de Sociedades de Capital y por la normativa en materia del mercado de valores, que es actualizada permanentemente:

- La Sociedad publica a través de la web, de modo inmediato, todas las comunicaciones de hechos relevantes realizadas a la CNMV y a otros organismos oficiales.
- También se publican todos los documentos exigidos por la normativa vigente en relación con la convocatoria y celebración de juntas generales de accionistas.
- Asimismo se divulga cualquier otra información que resulte de publicación obligatoria así como la que se considere conveniente difundir por su utilidad para el referido colectivo.

Dicha información se incorpora simultáneamente, siempre que resulte posible, en español y en inglés.

En esta sección se publica la información financiera de la Compañía [y las presentaciones a analistas] y se informa sobre la evolución de la cotización de la acción. Asimismo, se publica la información relevante comunicada a la CNMV, se facilitan las normas internas de la Compañía (Estatutos, Reglamentos y Políticas), se proporciona información sobre el Consejo de Administración, la Comisión Delegada y el resto de Comités, se facilitan datos relacionados con el desarrollo de las Juntas de Accionistas y, en general, se publican cuantos informes emite la Compañía en materia de gobierno corporativo.

En diciembre de 2015 la Compañía ha reorganizado el contenido y la estructura de la información dirigida a los accionistas e inversores en la página web corporativa de Prisa, para mejorar la transparencia y accesibilidad de la información y para su adecuación a la «Circular 3/2015, de 23 de junio de la Comisión Nacional del Mercado de Valores, sobre especificaciones técnicas y jurídicas e información que deben contener las páginas web de las sociedades anónimas cotizadas».

Reuniones con accionistas e inversores

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

En dichas reuniones y eventos la Sociedad atiende las peticiones de información, salvo que se trate información de carácter confidencial y sin perjuicio de estricto respeto por parte de la Sociedad del principio de igualdad de trato de todos los accionistas.

Departamento de Relación con Inversores y Oficina de Atención al Accionista

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

a) El Departamento de Relación con Inversores atiende principalmente a los analistas e inversores institucionales, y la información que proporciona está fundamentalmente ligada a la gestión y resultados financieros de la compañía, así como a su evolución en los mercados. Asimismo este departamento atenderá las cuestiones que planteen los accionistas minoristas en relación con la evolución de la acción en los mercados.

A dichos efectos, tiene disponibles la dirección de correo electrónico ir@prisa.com y el teléfono +34 91 330 10 85.

Este departamento está integrado dentro de la Dirección de Relación con Inversores, dependiente, a su vez, de la Dirección Económico Financiera de la Sociedad.

Al menos una vez al trimestre, y siguiendo la publicación de resultados financieros de la Sociedad en la CNMV, el Consejero Delegado (CEO) y el Director Financiero (CFO) así como el departamento de Relación con Inversores, lideran una reunión telefónica en la que se explican en detalle los resultados financieros obtenidos y se da respuesta a cualquier pregunta que puedan tener los asistentes.

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

- *Roadshows* (rondas de reuniones) en los diversos centros financieros del mundo.
- Conferencias organizadas.
- Desayunos y reuniones en grupo puntuales.

b) La Oficina de Atención al Accionista atiende principalmente a los accionistas minoristas y proporciona información relacionada con los asuntos de gobierno corporativo de la Sociedad (disponibilidad de información, orientación sobre la página web corporativa, cuestiones relacionadas con las juntas generales de accionistas, etc.).

A dichos efectos, tiene disponibles la dirección de correo electrónico ia@prisa.com y el teléfono +34 91 330 11 68.

Este departamento está integrado dentro de la Secretaría General de la Sociedad.

Junta General de Accionistas

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

Desde la convocatoria de la Junta de Accionistas y hasta su celebración, la Oficina de Atención al Accionista guía a los accionistas acerca de los distintos procedimientos que tienen a su alcance para ejercer los derechos que les corresponden en el marco de la Junta de Accionistas (especialmente derecho de información, voto y representación).

La Junta Ordinaria tiene lugar durante el primer semestre del año y permite que el Presidente de la Sociedad, así como su Consejero Delegado expliquen los resultados financieros anuales de la Sociedad y repasen la situación del negocio y de mercado a las que se enfrenta el Grupo. La participación de los accionistas en esta Junta general está descrita en el apartado 8.

Adicionalmente, y en casos puntuales, el Grupo PRISA organiza Juntas Generales Extraordinarias para tratar temas específicos que necesiten la aprobación de los accionistas de la Sociedad.

Durante el año 2015, el Grupo PRISA ha mantenido una comunicación constante y fluida con todos sus accionistas a través de los canales de comunicación mencionados anteriormente.

Las principales reuniones y conference calls que han tenido lugar en 2015 tanto dentro como fuera de España son los siguientes.

Conference call de resultados	4
Conference call individual	125
Reunión presencial individual	116
Reunión presencial en grupo	2
Mesas redondas	2
Ponencias (conferencias)	8

¿Sabes ya
a qué te
quieres
dedicar?
turo

3

Compromisos y retos de futuro

3

Compromisos y retos de futuro

El compromiso con la información, la educación y el entretenimiento de calidad son consustanciales a PRISA. Un deber permanente con la sociedad y sus grupos de interés, internos y externos, en el desarrollo de su actividad. Desde sus inicios la compañía ha defendido la innovación y el rigor como principales premisas para la constante mejora y garantía de todos sus contenidos.

Esta responsabilidad constituye uno de sus mayores activos, y por tanto, el principal reto de futuro consiste en trabajar para mantener el máximo nivel de exigencia imprescindible para conectar con el nuevo consumidor.

PRISA como empresa de comunicación, cultura y educación tiene la responsabilidad de defender el papel del auténtico periodismo, basado en la observación, el análisis y el rigor, y de la educación de calidad como pilares básicos en la construcción de una opinión pública crítica y bien informada. PRISA tiene, por tanto, un reto añadido por la globalización y el entorno digital en el que hoy día desarrolla sus actividades, debido a la necesaria trasformación de su modelo de negocio, manteniendo al mismo tiempo los valores y principios de su identidad como elemento diferencial, y haciendo más visible y relevante el valor que aportan sus marcas.

Un compromiso reconocido con retos permanentes

El compromiso de PRISA con la sostenibilidad está reconocido por los inversores desde 2008, cuando se crea el FTSE4Good Ibex como estándar que valora la labor de 30 empresas españolas en materia de responsabilidad social y sostenibilidad, incluyendo a PRISA desde el principio por sus buenas prácticas. En 2015, este índice bursátil ha renovado su reconocimiento a PRISA —como cada año— por mantener los criterios adecuados de responsabilidad corporativa, derechos humanos, cuidado del medioambiente, compromiso social y lucha contra la corrupción que se evalúan en este indicador.

FTSE4Good

PRISA está adherida al Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2008. A través de este gesto, la compañía puso de manifiesto su apuesta por el respeto y la defensa —tanto en sus operaciones como en su estrategia— de los diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, trabajo, medioambiente y lucha contra la corrupción que promueve Naciones Unidas. En 2010, 2011 y 2012 la Red Española del Pacto Mundial felicitó a PRISA por su Informe de Progreso, ante la calidad de la información reportada, la organización del documento y las iniciativas llevadas a cabo por la compañía y sus distintas unidades de negocio, para integrar la RSE en la gestión del Grupo. En mayo de 2013 pasamos a ser socios de la Red Española del Pacto Mundial para consolidar esos diez principios y trabajar más directamente con la organización del Pacto Mundial, asumiendo el desafío de identificar e impulsar una línea de trabajo propia de un grupo de comunicación y educación a fin de promover la sostenibilidad en nuestro sector. Como consecuencia, desde 2013 hemos obtenido el nivel avanzado de reporte de información no financiera cada año, y en 2015 iniciamos una línea de debates junto a Pacto Mundial (Es+Debate) para impulsar los temas más relevantes del año: Los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Cumbre del Clima (COP21). El año 2016 será aún más exigente en esta alianza.

THE GLOBAL COMPACT

Red Pacto Mundial España

PRISA es parte de la Fundación SERES, que promueve la labor de las empresas para la mejora de la sociedad. Desde sus inicios participamos activamente en su Comité Operativo, del que formamos parte para dinamizar los programas y proyectos de la Fundación. En 2015 iniciamos una línea de debates (CEO Talks) implicando a la alta dirección de las principales compañías españolas más activas en materia de Sostenibilidad y en 2016 continuaremos con este y otros nuevos proyectos de colaboración con SERES.

G4

Proyecto de revisión y mejora del reporte de RSE

La presente edición del Informe Anual de Sostenibilidad es la consolidación de un profundo esfuerzo realizado por el conjunto de la organización en base al reto que nos propusimos en 2013 para adaptarnos en 2014 a la nueva versión G4 del GRI (Global Reporting Initiative). A pesar de que GRI establece como obligatorio el paso de G3.1 a G4 para los informes que se publiquen en 2016, PRISA se propuso adelantar un año esta adaptación para contar con un ejercicio de margen que le permitiera hacer los ajustes y aprendizajes necesarios para que nuestro reporte de 2016, una realidad ya, fuera lo más eficiente posible de acuerdo al G4.

Se trata, por tanto, de una misión cumplida pero la compañía aún debe avanzar de forma sustancial en la gestión y coordinación de la RSE de PRISA. Ya en el Informe de Sostenibilidad 2013 se mejoró su estructu-

ra, completando la información reportada en aquellos aspectos materiales relevantes del GRI G3.1 del suplemento sectorial de medios de comunicación. Tanto el presente informe, como el de 2015, con información referente a 2014, se han adaptado correctamente al G4 en su nivel alto o *comprehensive.*

Proyecto Toyoutome

Sin duda una de las principales apuestas para el futuro es saber atraer, estimular y desarrollar el talento. Toyoutome es la iniciativa estrella de sostenibilidad en PRISA desde 2011 como proyecto marco que vehicula nuestro Plan de Transformación cultural y organizativa. El proyecto, que persigue cambiar la manera de trabajar para ser una organización conectada y capaz de impulsar el desarrollo profesional de todo el equipo de trabajo, dio un paso importante en 2015 al integrarse por completo la Oficina de Transformación en las áreas de RRHH y Comunicación, con las que hasta ahora colaboraba estrechamente. El grado de madurez de las herramientas desarrolladas en materia de gestión del conocimiento, desarrollo profesional, formación y liderazgo, de las que venimos dando cuenta año tras año en este informe, nos permiten dar un paso definitivo en la la transformación de PRISA, que exigía una integración completa en el día a día de la gestión de la compañía.

Toyoutome, la intranet global del Grupo

Pero sigue siendo un desafío que precisa la participación de los directivos y el apoyo de todos los profesionales. De ellos depende que el conjunto de la organización tome parte de forma constante en las actividades y herramientas desarrolladas para poner en valor todo el potencial de PRISA como compañía a la vanguardia de la creación y distribución de contenidos.

Plan Director de Comunicación 2016-2020

PRISA continúa avanzando en su apuesta por la comunicación proactiva y la sostenibilidad como pilares del Plan Director de Comunicación 2011-2015, que hemos llevado a cabo con éxito, si tenemos en cuenta que la mayor parte de las acciones y los cambios que contemplaba están realizados. Renovamos ahora el plan con un horizonte 2016-2020 para trabajar en base a tres mega tendencias:

- Hiperconectividad
- Permanente rediseño global
- Creación de valor compartido

Esto supone situar a las personas en el eje de rotación de todas nuestras actividades de comunicación y marketing, centrado en los valores diferenciales de nuestra compañía. Redoblaremos nuestra atención a la gestión de las marcas del Grupo, con el fin de ser verdadera garantía de credibilidad y calidad para nuestros grupos de interés. La realización de este plan tiene como objetivo principal la mejora constante de la reputación corporativa de la compañía, como conjunto de evaluaciones colectivas, suscitadas por el comportamiento, en los distintos grupos de interés (internos y externos), que motivan sus conductas de apoyo u oposición. Además tenemos el objetivo de convertir la Reputación Corporativa y la RSE en activos estratégicos de PRISA, y que así sean estimados por la Alta Dirección.

Aumento de transparencia y accesibilidad de la información sobre PRISA

En el permanente afán de mejora en términos de transparencia y accesibilidad a la información sobre PRISA, nos proponemos como reto aumentar la fluidez en la comunicación con accionistas e inversores a través de cada uno de los medios de comunicación de los que disponemos, y mejorar el tratamiento de la información transmitida a los mercados, para facilitar su comprensión y entendimiento. Se trata de ofrecer la información necesaria y adecuada a los analistas financieros que cubren nuestra compañía para que puedan realizar análisis del Grupo que sean un reflejo más fiel de la situación de la compañía y sus perspectivas de futuro.

Compromisos y retos de las unidades de negocio

PRISA Noticias

PRISA Noticias aspira a consolidar su posición de generador y proveedor principal de contenidos de calidad en español, en portugués y en catalán, en todos los formatos. Para ello, continuará con el trabajo de permanente adaptación de las cabeceras a las nuevas formas de consumir información de la sociedad: nuevas narrativas, dispositivos móviles, contenidos audiovisuales, redes sociales, etc.

El País implantará un nuevo concepto de redacción, y con ello se dará el primer paso para la conversión del periódico en un medio esencialmente digital; en una gran plataforma generadora de contenidos que se distribuyen, entre otros soportes, en el periódico impreso de referencia España. *El País* seguirá publicando una edición impresa de la mayor calidad, pero impulsará a la vez la construcción de un gran medio digital de cobertura global que pueda responder a las demandas de los nuevos y futuros lectores. El eje de ese medio será la información. Sus herramientas serán todas aquellas que la tecnología pone a disposición. Por el momento, apostamos por la imagen y el vídeo como un gran instrumento de comunicación masiva porque los lectores consumen cada vez con mayor avidez los contenidos multimedia. En esta línea el lanzamiento de El País Vídeo ha sido uno de los últimos éxitos.

El centro de esa redacción contará con un moderno puente de mando, en el que habrá perfiles periodísticos, de desarrollo tecnológico, de edición gráfica y de vídeo, de diseño, de producción, de medición de audiencias, de redes sociales, de SEO y de control de calidad. Desde allí se crearán nuevas narrativas y nue-

vas formas de comunicar que seguirán manteniendo a este diario en la vanguardia del periodismo global. Al mismo tiempo, *El País* es y será cada vez más americano, pues es en América donde nuestro crecimiento es mayor y nuestra expansión más prometedora.

Por ello, además de las firmas, se están implementando nuevos sistemas de trabajo y ampliando los planes de formación para poder moldear los contenidos periodísticos de tal manera que sean fáciles de encontrar, de leer y de ver.

El diario *As* buscará consolidar su presencia en el ámbito iberoamericano a partir de los eventos deportivos globales. Con el deporte español como punto de partida y una especial atención a las figuras del continente americano, *As* nutrirá de contenidos de primer nivel su edición general y las de México, Chile, Colombia, Malasia, Singapur y Estados Unidos, países en los que ya cuenta con una posición de referente. El vídeo, la movilidad, los contenidos de calidad y la inmediatez en la transmisión de los resultados serán claves para mantener el crecimiento y expansión de la marca. Manteniendo el estilo del diario, dándole un gran peso a la opinión, *As* quiere ser la plataforma de acercamiento al deporte español desde cualquier rincón del planeta.

Cinco Días, como principal referencia de la información económica de PRISA Noticias, seguirá apostando por acercar la economía a la sociedad, hacerla comprensible y, sobre todo, útil. Además, la innovación, la tecnología y los proyectos conjuntos con empresas y entidades darán a *Cinco Días* la opción de acercarse a nuevas audiencias.

PRISA Revistas perseguirá consolidar la nueva oferta editorial y gran apuesta de fin de semana de *El País* e incorporar nuevos proyectos a La Factoría, tanto para medios del grupo como clientes externos.

El principal reto para *El Huffington Post* es afianzar la segunda posición como medio nativo digital más leído en España aumentando el tráfico desde los dispositivos móviles. Además, el lanzamiento a comienzos de 2016 de la edición de *El Huffington Post México* permitirá potenciar las sinergias y ampliar el foco de sus contenidos a América Latina. Otro de sus objetivos es aumentar los contenidos de vídeo, como uno de sus valores más diferenciadores.

Para este 2016, MeriStation trabajará en la creación de contenidos adecuados al nuevo perfil del jugador que existe en el mercado. Aspira, dentro de la estructura de PRISA Noticias, a dar forma al proyecto de los eSports, una nueva tendencia que se está consolidando en España. Además, MeriStation reforzará su presencia en los mercados latinoamericanos como México, donde ya está presente. El crecimiento en redes sociales también es uno de los retos de esta plataforma, que suma ya más de 400.000 fans en Facebook y 200.000 en Twitter.

PRISA Radio

Los retos en el área de Radio pasan por mantener el liderazgo de nuestras marcas en los diferentes mercados, consolidar el proyecto 40 Principales como plataforma musical, continuar el proceso de transformación digital, y potenciar el área de eventos musicales.

El objetivo es ir hacia una redacción digital capaz de elaborar contenidos audiovisuales para su multidistribución. Crear la mayor red de producción y comercialización de contenidos de audio en español, para su distribución y comercialización bajo demanda en servicios y dispositivos conectados.

Generación de contenidos que pervivan más allá de la inmediatez analógica. Productos que permiten superar los condicionamientos de los postes y la parrilla de

programación, con foco en determinadas audiencias cuya segmentación permita una mejor comercialización. Distribución de esos contenidos (más de 30 programas, nuevos contenidos digitales) para múltiples plataformas: web, móvil, RRSS, YouTube, agregadores, coches conectados, wearables…

La radio ha sido, tradicionalmente, el medio más abierto a sus oyentes. La revolución digital permite, gracias a las redes sociales, interactuar cada vez más con los usuarios más allá de la antena, creando una relación todavía más directa.

Santillana

El compromiso de Editorial Santillana con la sociedad les obliga a seguir una línea de calidad que dé respuesta a las demandas de la comunidad educativa, actuando con profesionalidad y rigiéndose por criterios de rigor, respeto y honestidad intelectual, conscientes de que contribuir a la educación es la vía más eficaz para el desarrollo de las personas y para la construcción de sociedades más libres, justas y solidarias.

El gran reto actual de la educación es disminuir el fracaso escolar y formar ciudadanos del siglo XXI. Para ello, Santillana quiere seguir contribuyendo a ayudar a las familias y a los estudiantes a superar este reto y formar de manera integral al estudiante no solo para adquirir conocimientos sino para desarrollar las habilidades y competencias necesarias para desenvolverse en este mundo cambiante y global. Innovar con nuevas herramientas, formación y acompañamiento a los centros escolares para afrontar su labor y conseguir una educación de excelencia y calidad.

Fieles a estos propósitos seguimos trabajando en nuevos proyectos, al tiempo que impulsamos los valores compartidos por las sociedades democráticas y especialmente los relacionados con el pluralismo, la solidaridad, la tolerancia, el respeto, la defensa de la paz y la protección del medio ambiente.

Un año más Santillana seguirá colaborando en iniciativas de carácter social relacionadas con el mundo educativo con numerosas congregaciones e instituciones religiosas, ONG, fundaciones, asociaciones culturales, organismos públicos, patronales de colegios, colectivos de profesores, sindicatos, asociaciones de padres y universidades, que han visto en la editorial el apoyo que precisan para atender la formación del profesorado, la concesión de becas para asistir a eventos, la entrega de libros a niños sin recursos, el patrocinio de congresos y concursos, y la coedición de materiales.

Media Capital

La compañía portuguesa, líder en televisión comercial y radio, continúa explorando nuevas fuentes de ingresos, aparte de la publicidad tradicional, así como la entrada de TVI en nuevas plataformas con una oferta más interactiva y nuevas formas de fidelización. También mantiene el reto permanente de mejorar su eficiencia y rentabilidad en el área de producción audiovisual, mantener el liderazgo de Radio Comercial y consolidar los otros formatos de radio, al mismo tiempo que aumenta la apuesta digital y la presencia en los principales eventos musicales como apuesta de crecimiento esperados para 2016. La innovación permanente y la producción de contenidos para diferentes plataformas, interfaces y soportes continuará siendo estratégica para Media Capital.

Buen Gobierno
EL PAÍS
Foro por la paz en Colombia
Telefónica
BBVA
ferrovial
Avianca
W RADIO
EL PAÍS
Foro por la paz

4

La sostenibilidad en PRISA

Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés

Nuestra estrategia de sostenibilidad:

- Creación y distribución de contenidos
- Gestión responsable:
  - de nuestros profesionales
  - de nuestros usuarios y la transformación digital
  - de la Comunicación
  - de nuestros proveedores
  - de los recursos ambientales
- Acción social, cultural y medio ambiental

4

La sostenibilidad en PRISA

En PRISA consideramos que el propio ejercicio de nuestra actividad empresarial supone una contribución importante al desarrollo de una sociedad democrática y sostenible. Por ello, siempre hemos concentrado nuestros esfuerzos en contar con el mejor equipo humano como garantía de calidad de nuestros contenidos, bajo el paraguas ético de los valores y compromisos con los que se fundó *El País*: la solidaridad, la transparencia, la diversidad, la independencia, y la defensa y protección del medio ambiente.

Como grupo de medios y educación, asumimos esta responsabilidad, no solo en el modo de gestionar y conducir nuestros negocios, sino también a través de nuestros contenidos y actividades con el fin de sensibilizar, impulsar y difundir el conocimiento.

Asimismo, creemos que las relaciones con nuestros empleados, accionistas e inversores, usuarios, clientes, proveedores, reguladores y Administración, líderes de opinión, y sociedad en general son clave y construimos nuestra política de sostenibilidad en diálogo con ellos. En primer lugar, a través nuestros contenidos; en segundo lugar, mediante una gestión responsable y, por último, ampliando nuestra actividad con numerosas acciones sociales y culturales para promover el debate sobre el futuro de los ámbitos en los que operamos y dar voz a todos los colectivos en defensa de los derechos humanos y del medio ambiente.

Especial ODS de Planeta Futuro

Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés

Como grupo de comunicación, PRISA asume su papel de ser referente en materia de responsabilidad social. A tal fin, el Grupo tiene sus propios mecanismos de interlocución con sus grupos de interés, para recoger opiniones y sensibilidades que nos permitan responder a sus demandas y necesidades correctamente.

Accionistas e inversores

Juntas de accionistas, conference call de resultados, reuniones con accionistas e inversores, web corporativa, buzón de relación con inversores, etc.

Usuarios

Lectores, oyentes, comunidad educativa, alumnos, etc.

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

Clientes, anunciantes, agencias de publicidad, sector educativo

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

Empleados

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

Sociedad

Público generalista, ONG, asociaciones, instituciones culturales y educativas

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

Proveedores

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

Líderes de opinión

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

Reguladores y Administración

Web CNMV, hechos relevantes, webs, relaciones institucionales, licitaciones, eventos, etc.

Nuestra estrategia de sostenibilidad

OBJETIVO

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

ESTRATEGIA

Misión: Contribuir al desarrollo cultural de las personas y al progreso de la sociedad, ofreciendo bienes y servicios que generen experiencias y emociones enriquecedoras en educación, información y entretenimiento.

Visión: Ser la marca de referencia global en cultura y educación en lengua española y portuguesa.

ENFOQUE

transversal e integral

Diferenciación

Valores: Personas, pluralismo, innovación, rigor, transparencia, independencia, dedicación, conectividad, autocrítica, seguridad.

Palancas

Gobierno corporativo, alta dirección y dirección de comunicación.

PRISA

SANTILLANA · PRISA NOTICIAS · PRISA RADIO · PRISA AUDIOVISUAL

EJES

Creación y distribución de contenidos

- Audiovisual
- Prensa
- Radio
- Educación

Gestión responsable

- De nuestros profesionales
- De nuestros usuarios y la transformación digital
- De la comunicación
- De nuestros proveedores
- De los recursos medioambientales

Acción social, cultural y medioambiental

- Derechos Humanos y Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
- Patrocinio y alianzas estratégicas
- Actividades sociales
- Impulso del debate
- Promoción de la cultura, las artes y el periodismo

COMUNICACIÓN PROACTIVA

- CANALES DE TRANSPARENCIA Y DIÁLOGO
- PLANES DE ACCIÓN
- ANALÍTICA
- INFORMES DE RC

Creación y distribución de contenidos

La primera responsabilidad social de un grupo de medios de comunicación es defender y ejercer, con honestidad y rigor, el derecho a la información y a la libertad de expresión. Una labor con la que contribuimos al desarrollo de una sociedad democrática en todos los países donde estamos presentes. Para garantizar el cumplimiento de este deber, y el ejercicio de este derecho, *El País* fue pionero, desde su fundación, en la adopción de estándares de ética profesional como el Estatuto de Redacción, el Libro de Estilo o la figura independiente del Defensor del Lector, principios seguidos hoy por todos los medios del Grupo.

La figura del Defensor del Lector, inicialmente con el nombre de Ombudsman, fue creada por la Dirección de EL PAIS en 1985 para garantizar los derechos de los lectores, atender a sus dudas, quejas y sugerencias sobre los contenidos del periódico, así como para vigilar que el tratamiento de las informaciones es acorde con las reglas éticas y profesionales del periodismo. Puede intervenir a instancia de cualquier lector o por iniciativa propia.

Estos estándares han permitido desarrollar una cultura informativa rigurosa, crítica y de calidad que es un referente en España y América. En el negocio audiovisual, las empresas de PRISA también han suscrito diversos códigos para garantizar la calidad y el rigor. Entre ellos figura el «Código para el fomento de la autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia».

Nuestra credibilidad y prestigio constituyen un valioso activo que, día a día, ponemos al servicio de la sociedad, pero no es la única razón por la que millones de lectores, oyentes y espectadores eligen los medios de

PRISA como fuente de información. Desde sus inicios, PRISA ejerce un «liderazgo de opinión responsable», con la firme vocación de contribuir al desarrollo, a los procesos de paz y a la convivencia democrática. Nuestros medios se han convertido en altavoces de campañas solidarias y de defensa de los derechos humanos, tanto a través de coberturas especiales, como con la cesión de espacios publicitarios para ONGs y fundaciones.

Como principal grupo editorial y educativo en lengua española y portuguesa, PRISA —a través de las marcas Santillana y Moderna—, defiende la educación como instrumento clave para el desarrollo de las sociedades en las que estamos presentes. Por eso, además de nuestro empeño por ofrecer calidad, innovación y servicio, contribuimos desde hace décadas a mejorar las prácticas educativas e incentivar el debate público sobre la calidad de los sistemas educativos en toda Iberoamérica.

PRISA también realiza una importante labor de defensa y divulgación de la lengua y la cultura españolas en el mundo.

Cada día, nuestros medios llegan a millones de personas en Europa y América Latina. Conscientes de la influencia que ejercen nuestros contenidos en niños, adolescentes y adultos, PRISA se rige bajo los criterios de integridad, calidad y rigor de sus mensajes. Hemos demostrado que la sensibilización con respecto a problemas sociales y medio ambientales puede ir de la mano del ocio a través de programas que educan e informan, pero también entretienen.

Gestión responsable

Gestión responsable de nuestros profesionales

Objetivos y políticas

La apuesta por gestionar de forma responsable el capital humano en PRISA tiene como objetivos principales:

- Fomentar el crecimiento profesional y el desarrollo personal de cada empleado en un ambiente en el que prevalezca la igualdad de oportunidades y la exclusión de toda clase de discriminación. Basar la promoción en el mérito, la capacidad y el desempeño.

- Defender y aplicar el principio de igualdad entre hombres y mujeres, procurando las mismas oportunidades de ingreso y desarrollo profesional en todos los niveles del ámbito laboral.
- Promover y mejorar las posibilidades de acceso de la mujer a puestos de responsabilidad, reduciendo las desigualdades y desequilibrios que pudieran darse en la empresa.
- Establecer medidas que favorezcan la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de los trabajadores.

Para lograr estos objetivos, las políticas de Recursos Humanos que despliega el Grupo van dirigidas a potenciar el desarrollo de profesionales independientes y comprometidos y a la formación de líderes en nuestros equipos, como medios para conseguir informar, educar y entretener a las personas, actuando en todo momento de manera responsable ante la sociedad.

La diversidad geográfica, cultural y funcional de la plantilla de PRISA, así como los retos a los que se enfrenta el sector y la necesidad de contar con colaboradores externos para el desarrollo de nuestra actividad requiere de unas Políticas de Gestión eficaces, así como de unos principios y valores que quedan recogidos en el Código Ético de PRISA, que ha sido revisado en 2015.

Un gran equipo de profesionales

Las dificultades a las que está haciendo frente nuestro sector impactan, inevitablemente, en la capacidad de generación y mantenimiento del empleo. Tras el plan de reestructuración de 2011, 2012 y 2013, se han reducido los procesos de ajuste en 2014 y en mayor medida en 2015. Los ajustes realizados en este año se han encaminado, principalmente, a conseguir la adecuación de los nuevos perfiles a los requerimientos actuales del negocio. La principal causa de la reducción de plantilla en 2015 se debe a la venta del negocio de televisión de pago, Canal+.

A pesar de estas dificultades, del total de los 8.643[1] empleados propios con los que ha contado la compañía durante 2015, el 90% del personal tiene contratos laborales indefinidos y el 95% trabaja a jornada completa.

Plantilla de PRISA

	Contrato Indefinido y RCF[2]		Contrato Temporal, Eventual y RCT[3]		Total
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	
Santillana	1.672	1.672	216	284	3.844
Radio[4]	1.409	854	61	67	2.391
Noticias	491	300	34	21	846
Media Capital	530	347	89	98	1.065
PRISA Video	25	16	0	0	41
PBS - PRISA Brand Solutions	65	112	0	0	176
PBS América	3	4	0	0	7
PRISA Corporación	36	47	0	0	83
PGS - Servicios Generales	19	29	0	0	48
Resto	57	85	-	-	142
Total	**4.307**	**3.466**	**401**	**469**	**8.643**

[1] No incluye a los empleados de Radio México y Radio Costa Rica.
[2] RCF son Representantes de Comercio Fijo.
[3] RCT son Representantes de Comercio Temporales.
[4] No incluye Radio Internacional.

Números de empleados PRISA por región y género

[5] Centroamérica Norte: incluye los siguientes países: Guatemala, Honduras y El Salvador.

[6] Centroamérica Sur: incluye los siguientes países: Costa Rica y Panamá.

* FTE (Full-Time Equivalent): Número de empleados medios del año expresado en términos de empleados a jornada completa.

Tasa de rotación[7]

País	Mujeres	Hombres	Tasa media
Argentina	9,0	2,1	5,2
Bolivia	0,0	5,2	2,7
Brasil	3,0	8,0	5,4
Centroamérica Norte	4,2	5,6	4,9
Centroamérica Sur	12,4	4,6	7,9
Chile	18,5	9,6	12,8
Colombia	19,5	13,7	16,1
Ecuador	8,9	5,8	7,1
España	2,0	2,8	2,5
México	9,0	6,6	7,7
Paraguay	18,8	27,5	22,3
Perú	30,2	26,0	28,1
Portugal	2,9	3,3	3,1
Puerto Rico	6,8	17,8	9,3
República Dominicana	9,6	3,5	5,5
Uruguay	19,9	10,7	15,5
USA	19,6	17,0	18,2
Venezuela	7,7	15,8	11,5
TOTAL	**7,2**	**6,5**	**6,8**

[7] Número de bajas voluntarias de hombres o mujeres/ plantilla media equivalente total del país.

Tasa nuevas contrataciones[8]

País	Mujeres	Hombres	Tasa media
Argentina	12,8	8,9	10,6
Bolivia	11,5	15,6	13,6
Brasil	17,5	19,1	18,2
Centroamérica Norte	4,2	15,5	9,8
Centroamérica Sur	2,1	0,0	0,9
Chile	17,7	16,6	17,0
Colombia	25,6	17,8	20,9
Ecuador	15,9	4,3	9,5
España	9,2	7,0	8,0
México	17,6	19,7	18,7
Paraguay	51,7	48,1	50,3
Perú	11,6	8,4	10,0
Portugal	2,9	2,2	2,5
Puerto Rico	4,5	17,8	7,6
República Dominicana	26,3	6,9	13,2
Uruguay	19,9	32,2	25,8
USA	19,6	10,8	14,9
Venezuela	7,7	12,9	10,1
TOTAL	**12,3**	**10,4**	**11,2**

[8] Número de nuevas contrataciones de hombres o mujeres/ plantilla media equivalente total del país.

Tanto la política de contrataciones como la de formación del Grupo están enfocadas hacia la adecuación de la capacitación de los empleados a los perfiles necesarios para la transformación digital en la que estamos inmersos. Esto junto con el compromiso de los profesionales se refleja nuevamente en una tasa de rotación voluntaria del 6,8%.

País	Ratio salario inicial[9]
Argentina	1,92
Bolivia	2,55
Brasil	1,25
Centroamérica Norte	1,00
Centroamérica Sur	1,00
Chile	1,02
Colombia	1,09
Ecuador	1,00
España	1,81
México	2,97
Paraguay	1,10
Perú	1,13
Portugal	1,42
Puerto Rico	1,00
República Dominicana	1,00
Uruguay	1,00
Venezuela	1,00

[9] Salario inicial estándar que ofrece PRISA a sus empleados frente al salario mínimo local. Nota: en Estados Unidos no se definen salarios mínimos para la rama de actividad del Grupo.

Las nuevas contrataciones representan un 11% del total de la plantilla, de las que el 5,7% corresponden a hombres y el 5,6% a mujeres. En este sentido, destacan las nuevas contrataciones que se han realizado en: España con una tasa del 8%, Brasil del 18%, Colombia del 21% y México del 19%, sobre el total de la plantilla de cada país.

No podemos olvidar que, adicionalmente a la plantilla propia del Grupo, la naturaleza de nuestra actividad genera empleo indirecto a través de la contratación de un amplio colectivo de colaboradores freelance y servicios profesionales, siendo España, Chile y Centro América Norte los países con mayor número de colaboradores. En Santillana, por ejemplo, los colaboradores prestan apoyo en el desarrollo de contenidos y la gestión comercial; en Noticias, la colaboración se centra en aspectos relacionados con labores de redacción, desarrollo web, fotografía e ilustración.

Por otro lado, nuestra amplia presencia geográfica requiere que todas las empresas del Grupo promuevan el respeto a los derechos laborales promulgados por la Organización Internacional del Trabajo, especialmente los relacionados con la igualdad, no discriminación por razón de sexo, raza, ideología o creencia, y a las normativas de sus respectivos convenios y países donde opera.

En cada uno de estos países, el salario inicial de entrada para los nuevos trabajadores de PRISA, supera en cualquier país el mínimo local establecido. Además, fomentamos no sólo la contratación sino también la promoción de directivos de origen local de forma que en todos los países existe un alto porcentaje de dirección originaria del país en el que se desarrolla la actividad.

Salvo determinados puestos directivos, y atendiendo a la legislación de aplicación en cada país, la mayor

País	Porcentaje de altos directivos[10] procedentes de la comunidad local[11-12]
Argentina	93
Bolivia	100
Brasil	88
Centroamérica Norte	100
Centroamérica Sur	100
Chile	89
Colombia	75
Ecuador	80
España	100
México	86
Paraguay	75
Perú	83
Portugal	97
Puerto Rico	60
República Dominicana	60
Uruguay	100
USA	75
Venezuela	83
TOTAL	**91**

[10] Por miembro de la alta dirección se entiende que son los máximos responsables del negocio de cada país tanto a primer como a segundo nivel.

[11] Se entiende por trabajador local aquel que realiza su actividad laboral en su país de origen (país de nacimiento o aquel en el que se haya adquirido el derecho legal de residir indefinidamente).

[12] Se trata de la proporción de los altos directivos locales sobre la plantilla total de altos directivos de PRISA, lo que se entiende por locales + Prisa.

[13] En Brasil, México y Venezuela se han considerado tan solo las horas de formación referentes al negocio de Santillana.

parte del personal está acogido a los convenios de sus respectivas empresas. Estas ofrecen mejoras en las condiciones laborales para que sus profesionales puedan desarrollar su trabajo en un entorno laboral estimulante y competitivo, con solvencia, seguridad, independencia y tecnología sofisticada.

Los trabajadores cuentan con plena libertad sindical y el Grupo fomenta el diálogo social necesario para el desarrollo del negocio. El Grupo establece periodos mínimos de preaviso para cambios estructurales/organizativos conforme a los plazos establecidos en la legislación vigente o en los convenios colectivos de aplicación en los países en los que está presente.

Formación

La formación y la permanente actualización profesional de los trabajadores constituyen un elemento fundamental en la política del Grupo para mantener los más altos estándares de profesionalidad, calidad y excelencia profesional. Las medidas de contención de gastos que han sido necesariamente implantadas, han afectado también a la formación aunque, progresivamente, el Grupo ha tenido entre sus objetivos incrementar la partida destinada a este concepto y especialmente mejorar la eficiencia en los resultados aplicables.

En el último ejercicio 2015, y habiendo salido del perímetro del Grupo una parte significativa de PRISA TV (DTS y CATSA), se ha mantenido la proporción de inversión en formación, fijando el montante final ejecutado en torno a 700.000 euros. Lo que ha permitido que se hayan impartido 36.353[13] horas durante el ejercicio.

Los empleados de PRISA tienen acceso a una oferta formativa a partir de las oportunidades que la compañía pone a disposición de todos sus profesionales. Se estructuran a través de diferentes herramientas,

disponiendo tanto de formación presencial como de formación online (Campus PRISA).

El Campus PRISA es el portal de formación online para todos los empleados del Grupo. Está orientado al desarrollo de nuestra matriz de competencias para empleados, y a complementar el proceso de reconversión profesional sectorial que se viene produciendo por la transformación de la economía tradicional de los medios en una economía digital.

En 2015, se hizo una reingeniería de **Campus PRISA**, que fue operativa desde mayo, siguiendo el estándar de la plataforma estadounidense edx.org, ofreciendo una experiencia de usuario mejorada, un diseño responsivo para ser accesible en remoto desde cualquier dispositivo, y permitiendo un seguimiento de las tareas del alumno de un modo más detallado. En consecuencia la formación online ha sido potenciada y puesta en valor durante el ejercicio.

En los últimos 9 meses se ha logrado alcanzar la cifra de 1.140 nuevos alumnos matriculados en diversos cursos entre los que se encuentran la segunda edición del Máster de habilidades digitales avanzadas con orientación user-centric, un curso avanzado de Big Data con orientación al desarrollo tecnológico digital, o un curso de captación de vídeo, narrativa y edición (periodismo multimedia).

El objetivo establecido para 2016 será ir aumentando la oferta formativa para cubrir las necesidades más urgentes que se detectan en cualquier lugar de la organización en tres líneas de actuación:

- L1, desarrollo de habilidades directivas y de trabajo en equipo;
- L2, transformación digital de alcance transversal;
- L3, recualificación y reconversión de grupos profesionales específicos.

Mi idea! es la plataforma de innovación abierta para que participen todos los empleados aportando sus sugerencias, proyectos de mejora, e incluso propiedad intelectual para generar posibles patentes.

El número de usuarios al año llegan ya a 4.331 y el número de ideas espontáneas propuestas a 332. Esta herramienta va orientada a identificar tanto el talento individual como ideas disruptivas que puedan surgir desde cualquier ángulo de la organización. Además, los departamentos de innovación y los Agentes del Cambio de cada unidad de negocio lanzan desafíos para animar la participación y obtener semillas para proyectos de mejora para el conjunto de los negocios del Grupo.

Factoría de Experiencia (FEX) lanzada a finales del 2013 es otra iniciativa para impulsar el desarrollo de la inteligencia colectiva del Grupo a través de la identificación de empleados expertos, que se encargan de aportar conocimiento útil a toda la organización. Se cuenta con una plataforma online, a la que tienen acceso todos los empleados. En esta plataforma, también se integra la experiencia y el conocimiento obtenido de los proyectos de negocio, organización y de tecnología más relevantes. El número de usuarios alcanza ya los 2.346 (y el número de piezas de conocimiento publicadas son 81).

Desarrollo profesional

El sistema de evaluación de desempeño forma parte del programa de retribución variable anual aplicable en la Compañía. Se trata de un sistema de evaluación del desempeño individual, mediante el cual se hace una valoración del rendimiento de los empleados del Grupo en un periodo determinado dentro de la organización, sobre la base de una serie de competencias seleccionadas en función del colectivo al cual está dirigida. En 2015, el porcentaje de empleados sujetos a evaluación del desempeño ha sido del 36%.

Gestión de la igualdad y la diversidad

PRISA avala, apoya y promociona cualquier tipo de política que contribuya a la igualdad de oportunidades y a la no discriminación por razones de raza, género, posicionamiento político o religiosas. En su gestión diaria las empresas del Grupo cumplen estrictamente con estos principios.

Es necesario reiterar la existencia de un Código Ético de obligado cumplimiento por parte de todos los integrantes del Grupo donde se manifiesta como uno de sus valores esenciales el pluralismo y el respeto a todas las ideas, culturas y personas. PRISA se compromete a respetar y proteger los derechos humanos y libertades públicas, destacando como objetivo principal el respeto a la dignidad humana.

En la intranet del Grupo y de las unidades de negocio está recogida la declaración de principios que inspiran la actividad de las compañías desde la cual se fomenta la igualdad, la diversidad y la integración de colectivos desfavorecidos.

Por lo que respecta a la distribución de hombres y mujeres en la plantilla, el número de empleados medios en 2015 en PRISA era de 8.643, de los que 3.906 (45%) eran mujeres y 4.737 (55%) hombres.

Asimismo, del total de los 368 puestos directivos, el 30% estaban ocupados por mujeres.

PRISA procura que parte de sus necesidades de servicios se cubran a través de centros especiales de empleo, cuyas plantillas están integradas por personal discapacitado. De esta forma en España se da cumplimiento a la LISMI (Ley de integración social del minusválido). A nivel de Grupo no se lleva a cabo un seguimiento exhaustivo en esta materia.

Los principios inspiradores que tanto la representación empresarial como la de los trabajadores han asumido son los siguientes:

- Voluntad de respetar el principio de igualdad de trato en el trabajo.
- Rechazo de cualquier tipo de discriminación por razón de sexo, estado civil, edad, raza o etnia, religión o convicciones, discapacidad, orientación sexual, ideas políticas, afiliación sindical, etc.
- Especial atención al cumplimiento de igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres en el acceso al empleo, promoción profesional, formación, estabilidad en el empleo e igualdad salarial.

En materia de relaciones laborales, en el ejercicio 2015 el número de reclamaciones que se han presentado a través de los mecanismos formales del Grupo han caído drásticamente respecto años anteriores, se han presentado 20 reclamaciones nuevas y se han resuelto 16.

Distribución de plantilla por género

Beneficios sociales

Es voluntad del Grupo que las empresas cuenten con los beneficios sociales adecuados para conferir la competitividad necesaria para contar con los mejo-

Distribución de plantilla por categoría (%)

	Personal directivo		Mandos intermedios		Personal técnico cualificado		Otro personal	
País[14]	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Argentina	63	37	44	56	33	67	60	40
Bolivia	25	75	25	75	63	37	71	29
Brasil	61	39	45	55	48	52	46	54
Centroamérica Norte	65	35	55	45	41	59	100	0
Centroamérica Sur	50	50	100	0	47	53	70	30
Chile	87	13	58	42	61	39	74	26
Colombia	79	21	60	40	60	40	59	41
Ecuador	60	40	50	50	-	-	56	44
España	72	28	66	34	55	45	48	52
México	75	25	61	39	52	48	39	61
Paraguay	45	55	16	84	37	63	58	42
Perú	83	17	29	71	81	19	85	15
Portugal	72	28	62	38	57	43	44	56
Puerto Rico	59	41	32	68	20	80	50	50
República Dominicana	79	21	66	34	60	40	85	15
Uruguay	100	0	-	-	-	-	42	58
USA	84	16	43	57	61	39	43	57
Venezuela	17	83	43	57	31	69	69	31
TOTAL	**70**	**30**	**59**	**41**	**54**	**46**	**55**	**45**

[14] No se incluyen los datos de Noticias en Chile y Colombia.

res profesionales. Cada uno de los 22 países donde el Grupo opera tiene unas características especiales a las que la Política de Gestión de Recursos Humanos tiene que ser sensible y ofrecer una respuesta adecuada tanto a las necesidades como a las expectativas de los profesionales que integran las plantillas de dichas empresas.

En términos generales, en España existen beneficios sociales para nuestros empleados como el seguro de vida, cobertura por incapacidad o invalidez y complementos por maternidad/paternidad. Por regla general las empresas del Grupo en España no hacen distinción entre empleados a jornada completa o parcial, ni tampoco entre empleados con contrato fijo y temporal para ofrecer estos beneficios.

Dentro de este marco, el programa de retribución flexible que se diseñó en 2012 se ha completado en España en 2015 con su extensión a todas las sociedades, ampliando la oferta de productos. Asimismo, en Portugal también se ha finalizado la implantación de un sistema similar.

En el caso de Latinoamérica, derivado de la legislación propia de cada país hay múltiples situaciones y diversidad de actuaciones en cada una de las empresas del Grupo. En términos generales, en estos casos sí se establecen diferencias de beneficios sociales entre empleados a jornada completa y parcial así como con contrato fijo y temporal/eventual.

Conciliación

Todas las unidades de negocio, han ido tomando conciencia de la relevancia de los beneficios de jornadas equilibradas, que aporten a los trabajadores una mayor posibilidad de conciliar la vida profesional con la personal. En este sentido, son ya múltiples las prácticas que incorporan jornadas flexibles, posibilidades de teletrabajo, adaptación de horarios y jornadas intensivas en los meses de verano, Navidad y Semana Santa.

Adicionalmente, en España, durante el año 2015 se ha mantenido el plan de medidas favorecedoras de la conciliación entre la vida personal y laboral que se desarrolló sobre cinco elementos y se prevé extender a próximos ejercicios:

- Excedencias voluntarias especiales con reingreso garantizado, prestación económica y cotización a la seguridad social.
- Ampliación de las vacaciones anuales con prestación económica y cotización.
- Ampliación del descanso semanal (semanas de 4 días de trabajo) con mantenimiento de la cotización.
- Permisos para formación con ayuda para gastos y cotización a la seguridad social.
- Reducción de jornada sin que tenga que existir guarda legal.

Gracias a las diversas políticas y actuaciones en materia de conciliación que se han llevado a cabo en el Grupo, el 99% de los empleados se han reincorporado tras su baja por maternidad o paternidad.

Salud y seguridad en el trabajo

PRISA continúa con su objetivo de fomentar la cultura preventiva entre todas las empresas que lo conforman, destacando el compromiso que se ha adquirido de integrar la prevención de riesgos y salud laboral en el sistema general de gestión de las empresas.

El modelo de seguridad y salud establecido en las diferentes áreas geográficas muestra en países como

Índice de reincorporación al trabajo[15]

Hombres	Mujeres	Total
100%	98%	**99%**

[15] Número de empleados que se reincorporaron al trabajo en el período de reporte después de que finalizase su baja por maternidad o paternidad.

España, Argentina, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela una alta representatividad y participación de los trabajadores a través de los correspondientes comités de seguridad y salud, si bien la casuística es diversa dada la heterogeneidad de países en los que el Grupo está presente.

En concreto, el 88% de los empleados del Grupo en España están representados en comités formales de seguridad y salud conjuntos si bien el 100% están cubiertos por el servicio de prevención mancomunado.

En el año 2015, el Servicio de Prevención Mancomunado ha centrado la actividad en la formación en prevención de riesgos de todos los trabajadores. Se han realizado las auditorias reglamentarias de prevención a las empresas a las que correspondía, de un modo satisfactorio. Se ha continuado con reuniones trimestrales con todos los Comités de seguridad y salud. Se han implementado las medidas de evacuación en caso de emergencias.

Respecto a los indicadores de accidentalidad, a lo largo de 2015 se han producido 90 accidentes de trabajo (60 hombres y 30 mujeres) y lamentablemtente se ha producido un accidente con una víctima mortal en España.

Tasa de absentismo

País	Tasa de absentismo[16]
Argentina	2
Bolivia	0
Brasil	38
Centroamérica Norte	0
Centroamérica Sur	0
Chile	0
Colombia	1
Ecuador	4
España	2
México	1
Paraguay	0
Perú	0
Portugal	5
Puerto Rico	0
República Dominicana	1
Uruguay	1
USA	8
Venezuela	1
TOTAL	**6**

[16] Número total de días perdidos por ausencia/(horas trabajadas/8). No se incluye Media Capital.

Gestión responsable de nuestros usuarios y la transformación digital

La tecnología digital ha situado a las personas en el centro de la estrategia de las compañías ya que lo digital nos acerca a los usuarios y nos permite obtener más información acerca de sus hábitos para ofrecerles productos personalizados que mejoren su experiencia.

La gestión responsable de nuestros usuarios comienza por la atención y preparación de nuestros equipos profesionales ante el reto de la transformación digital, que nos exige desarrollar nuevas habilidades, nuevos procesos, nuevos productos y nuevas formas de trabajo. PRISA viene impulsando desde hace cuatro años un ambicioso plan de transformación de la organización y la cultura corporativa, imprescindible para aprovechar la oportunidad que nos ofrecen la tecnología y los entornos digitales. Este plan contiene programas de formación y desarrollo que permiten a los profesionales adaptarse a esta nueva realidad.

Nunca los medios de comunicación tuvieron en su historia la posibilidad de dialogar directamente y escuchar a sus lectores. La tecnología digital ha multiplicado exponencialmente las audiencias de los medios tradicionales. En el caso de PRISA, el español y el portugués nos han permitido traspasar las fronteras eliminando todas las barreras de comunicación. Ahora los usuarios quieren tener un papel más activo y participar en la construcción de la opinión colectiva, expresarse y ser partícipes del contenido.

Existen todo tipo de controles y procedimientos para atender y gestionar correctamente los procesos en toda la cadena de valor de nuestros contenidos, lo que nos permite introducir con equilibrio el impulso de la tecnología digital como fuente de riqueza y valor añadido sin desvirtuar las fortalezas tradicionales de nuestras marcas.

Nuestros contenidos disponen en su gran mayoría de sistemas de participación mediante comentarios que se atienden y moderan de manera permanente desde cada uno de nuestros medios de comunicación. En el caso de Santillana, además de los canales corporativos de atención, nuestros delegados comerciales visitan una media estimada global de 5,1 centros escolares diarios para mantener una relación fluida con los clientes que permite recoger sus opiniones y transmitirles las novedades de la editorial.

Con diferente periodicidad de entre uno y tres años, a excepción de temas muy específicos, hacemos estudios generales de percepción para pulsar la opinión de nuestros clientes directos e indirectos, y potenciales. La frecuencia depende de cada una de nuestras compañías y productos, y depende también de la metodología y el universo a analizar, siendo el ámbito digital el más frecuente (más de una vez al año) y el analógico el menos frecuente (cada dos/tres años).

Los medios de PRISA Noticias mantienen una estrecha relación con sus lectores a través de las redes sociales, completamente integradas en el día a día de las redacciones y también, y cada vez en mayor medida, en los departamentos de Comunicación y Marketing. Los periodistas mantienen una conversación constante con los lectores a través de sus perfiles sociales, lo que aporta diversidad y pluralidad de opiniones y un gran valor añadido a las marcas.

Otro canal importante de comunicación entre los lectores y *El País* es la figura del Defensor del Lector, creada para dar respuesta a las quejas, reflexiones y sugerencias de los lectores en relación con los contenidos de *El País* y también con los productos y co-

lecciones que acompañan en ocasiones al diario. El Defensor del Lector garantiza el cumplimiento de las normas deontológicas que rigen la práctica del periodismo y que están recogidas en el Libro de Estilo de *El País*, reeditado y revisado en 2014. La existencia de esta figura y su permanencia a lo largo de los años, pone de manifiesto la apuesta de la dirección del periódico por la transparencia informativa y el respeto por los principios éticos que presiden esta profesión.

Los periódicos son hoy un actor más en medio del escenario global en el que participan múltiples voces y en el que se cruzan millones de datos. *El País* tiene como objetivo contribuir a que esa gran conversación plural sea más civilizada, más próxima a cada uno de nuestros lectores, más útil, mejor arbitrada y más equilibrada. El diario se abre como espacio de reflexión y propone un diálogo abierto y global, basado en la información, el análisis, la tolerancia, la democracia y la búsqueda del progreso.

El País se ha convertido en un medio total, que ofrece a sus lectores noticias en todos los formatos posibles: desde el texto y la fotografía al vídeo, pasando por las redes sociales o el audio. El pasado 30 de noviembre, la web del diario emitía el primer debate político entre candidatos a la presidencia de España diseñado para Internet.

PRISA Noticias mantiene una política de puertas abiertas y organiza visitas guiadas a sus instalaciones, a las que asisten colegios, asociaciones e institutos. Durante 2015 los medios de PRISA Noticias recibieron más de 9.000 visitantes.

La gran oportunidad de participación y diálogo plural que ofrecen las nuevas tecnologías y plataformas han potenciado la función social de la radio.

Nuestras radios cuentan también con varios sistemas de interacción con su audiencia: canales de partici-

pación en las webs a través de comentarios, incorporación de las cuentas oficiales en redes sociales de todas las emisoras y programas, e incorporación de muros de participación y creación de hashtags como herramienta dinamizadora de las emisiones en directo en el día a día de las redacciones y en todos los proyectos y acciones especiales de cada marca (conciertos, congresos, entregas de premios, etc.), así como en los departamentos de Comunicación y Marketing para amplificar nuestros mensajes.

Con respecto a nuestros profesionales, durante 2015 se consolidaron una serie de iniciativas dentro del proyecto general de transformación digital del área de RRHH que tendrá continuidad en 2016. Las líneas de actuación interna fueron:

- Evolución orgánica del ecosistema Toyoutome para fortalecer el cambio cultural (Intranet global, Newsletter, Tweet, etc.).
- Proceso ampliado de puesta en valor de las plataformas de este ecosistema como mecanismos de construcción de reputación interna, transmisión de valores, aceleración del capital intelectual y social, e identificador de perfiles con potencial de desarrollo (Factoría de la Experiencia).
- Proceso de transformación digital mediante recualificación y conversión del capital humano a las necesidades productivas de la economía digital (PRISA Campus y PRISA Jobs).
- Proceso de transformación cultural mediante la capacitación en innovación, liderazgo y trabajo en equipo, con vistas a elevar la producción de valor y la capacidad para asimilar la versatilidad competitiva sectorial (Mi idea y Talleres de Innovación).
- Proceso de profundización de los diferentes roles en los mecanismos productivos de cada Unidad de Negocio (Vigilantes tecnológicos y los Agentes del Cambio).
- Proceso de medición para objetivar el clima de la organización en cuanto a la capacidad percibida para el cambio y su orientación al aprendizaje constante.
- Proceso de acercamiento de la transformación cultural y cultivo del sentimiento de pertenencia.
- Identificar talentos e impulsar sus proyectos de innovación.

El objetivo general de los cuatro vectores es alcanzar una cultura donde los valores y principios de la organización sean compartidos por un porcentaje mayoritario de los empleados, de modo que el desempeño ejemplar y las conductas de referencia sean elementos transparentes y homologables, favoreciendo así un rendimiento creciente en la producción de valor del Grupo.

Otras medidas que hemos implementado han sido potenciar el enfoque en Innovación e I+D con la asignación de recursos del máximo nivel a proyectos que son críticos para la transformación del Grupo, y que sean nuestros profesionales los que desde dentro, directamente y en compañía de otros *partners*, promuevan la innovación que requieren la educación y la información.

También hemos reforzado el área de experiencia y de diseño de los servicios, fundamental para el desarrollo estratégico de nuestros productos. Como líderes de la industria, tenemos que estar a la vanguardia de las mejores experiencias de consumo de información.

Buscamos también reforzar nuestras energías en el área de Big Data, para poder entender y anticipar

la mejor manera de contribuir a la creación y divulgación de contenidos, y mejorar nuestro impacto en la sociedad.

En aras de promover el talento y el desarrollo corporativo, hemos adoptado una filosofía y metodología de trabajo «lean», una forma de escuchar al mercado, y adaptarse a él para aprovechar al máximo los recursos, para que el talento y los profesionales puedan adaptarse y trabajar en los proyectos que son más acordes con sus capacidades y motivaciones.

Gestión responsable de la comunicación

La Comunicación y Marketing Corporativo de PRISA tiene un enfoque proactivo centrado en la mejora permanente de la reputación del Grupo. Las claves estratégicas se basan en la comunicación integral, la investigación y análisis permanente, el posicionamiento, la segmentación y la comunicación 3.0 para gestionar correctamente la identidad de marca, la comunicación interna, las relaciones externas, y la responsabilidad social.

Conscientes de la importancia de la coordinación para un grupo de empresas presente en 22 países, y con un portfolio amplio de bienes y servicios, es imprescindible contar con la adecuada red de comunicación. En PRISA tenemos dos foros permanentes de comunicación y diálogo interno. En primer lugar, un Comité de Comunicación semanal, que reúne a los directores de comunicación de las distintas unidades de negocio, junto al responsable de Recursos Humanos, Analistas e Inversores y Transformación, para dirigir correctamente las actividades de comunicación interna y externa a todos los niveles. En segundo lugar, el Observatorio de Responsabilidad Social que cada mes toma el pulso a la marcha de los planes de acción y las tendencias para su constante seguimiento.

Destaca la política de comunicación interna, que en los últimos tiempos está cambiando profundamente la manera de hacer las cosas en PRISA. Nuestra intranet común y global, Toyoutome, es un escaparate de información relativa a la compañía y punto de encuentro que utilizan cada día los más de 8.643 profesionales que acceden a las herramientas de conocimiento, formación e innovación, buscan los contactos de sus compañeros o comparten en el Muro alguna noticia del día. Los datos mensuales arrojan valores medios en torno a las 78.000 páginas vistas y 18.200 navegadores únicos.

A la plataforma permanente de comunicación se añaden tres productos de comunicación directa. El tweet semanal, en el que compartimos temas relacionados con la transformación y la innovación, el blog externo de tendencias digitales y la newsletter interna, que rescata mensualmente los mejores contenidos y propuestas del Grupo.

Gestión responsable de nuestros proveedores

Objetivos y políticas

La política de compras de PRISA tiene como objetivo construir una base sólida de proveedores y colaboradores que facilite a todas sus empresas la adquisición de bienes y servicios, bajo los criterios no solo de eficiencia, cobertura y capacidad técnica y productiva, sino también garantizando la integridad y el respeto a los derechos humanos fundamentales y la protección ambiental.

La Dirección de Compras Corporativa canaliza las relaciones de todas las empresas del Grupo con sus proveedores, actuando siempre bajo las premisas que se detallan a continuación:

- Las relaciones de PRISA con sus proveedores se rigen por los principios de objetividad, transparencia, no exclusividad e igualdad de oportunidades.
- La información facilitada en cualquier proceso de compras será idéntica para todos los proveedores, fomentándose la legítima competencia.
- Ningún proveedor será invitado a participar en un proceso para cubrir aspectos formales.
- El resultado del proceso de homologación será comunicado por escrito al proveedor, así como los criterios de decisión utilizados. Además, se establecerán planes de mejora continua con los proveedores con el objetivo de aumentar la calidad y el beneficio para ambas partes.

El impacto de nuestras compras

Durante el ejercicio hemos tenido actividad con más de 36.000 proveedores suponiendo un gasto para el Grupo de más de 1.100 Millones de euros, lo que pone de manifiesto la importancia de gestionar nuestra cadena de valor y los impactos indirectos asociados a la misma.

PRISA apuesta por el desarrollo local de sus proveedores en los países en los que opera, de forma que, de media para todos los negocios, el 90% de su presupuesto de adquisiciones se destina a proveedores locales, es decir, que tienen su domicilio fiscal en el país donde se efectúa la compra y el pago del producto/servicio.

Número de proveedores por unidad de negocio

Volumen de pagos

Número de proveedores por origen geográfico

País	Nº proveedores	Gasto total en compras locales (M €)
Argentina	1.174	23,23713
Bolivia	26	0,680174
Brasil	6.992	91,9702
Chile	1.603	25,57399
Colombia	1.976	44,2133
CAS[17]	378	3,611793
Ecuador	981	9,522095
CAN[18]	3.219	11,3626
España	9.990	320,3101
EE.UU	589	14,13708
México	1.619	94,57237
Paraguay	865	1,099566
Perú	2.836	9,289301
Portugal	1.812	171,5566
Puerto Rico	9	5,563831
República Dominicana	560	2,038449
Uruguay	104	0,613121
Venezuela	68	1,963126
Latam Radio[19]	1.694	56,526
TOTAL	**36.495**	**887,8409**

[17] Centroamérica Norte (CAN) incluye: Guatemala, Honduras y El Salvador.

[18] Centroamérica Sur (CAS) incluye: Costa Rica, Panamá y Nicaragua.

[19] Chile, Argentina, Colombia, Panamá, Costa Rica, México y EE.UU.

Dada la actividad de nuestros negocios, el perfil de nuestra cadena de suministro se agrupa en seis grandes familias de proveedores:

- Sistemas y comunicaciones: proveedores de tecnología (equipamiento, servicios y operación de comunicaciones).
- Producción: engloba a los generadores de contenidos, así como a los suministradores de derechos de uso de películas, programas, editoriales, etc. Incluye también la producción industrial.
- Servicios generales: suministros energéticos, viajes, vehículo, seguros, etc.
- Medios y RRPP: agencias de publicidad, medios, etc.
- Logística.
- Infraestructuras: alquiler y mantenimiento de edificios así como remodelaciones en los mismos.

PRISA no ha identificado impactos significativos en materia social y de derechos humanos en su cadena de valor a través de nuestros canales de comunica-

ción, si bien, desde el punto de vista ambiental existe un impacto asociado al consumo de papel —especialmente en el ámbito de Santillana y PRISA Noticias, que reúnen al 70% de nuestros proveedores—. Para mitigar este aspecto, el Grupo lleva a cabo iniciativas que se describen en el apartado «control de consumos», más allá del proceso de conversión a contenidos digitales en que se encuentra inmerso el sector.

En 2015 se han producido algunos cambios significativos en nuestra cadena de valor entre los que cabe destacar, desvinculación del Grupo PRISA de las compañías DTS, CIT y CATSA, transición a un modelo de producción más local, en países como Estados Unidos, Perú o Argentina y, respecto a la actividad de Noticias, la concentración de proveedores y la externalización de algunas actividades como la de servicios generales o el mantenimiento de instalaciones.

Proceso de homologación y selección de proveedores

Para los proveedores que colaboran de forma transversal con PRISA, es decir; en más de una unidad de negocio, o aquellos que son significativos por suponer un volumen alto de facturación es requisito imprescindible estar homologado y formar parte del catálogo de proveedores. Este proceso de homologación se realiza a través de la Plataforma Electrónica de Compras —ubicada en la web corporativa—, que es el canal que gestiona la relación del Grupo con sus colaboradores, facilita los procesos de inscripción y homologación, así como su posterior seguimiento y evaluación.

Durante el ejercicio 2015 el Grupo ha mantenido actividad con 36.251 proveedores, de los que 3.438 son proveedores homologados del Grupo, habiéndose homologado 103 durante el ejercicio.

Una vez que un proveedor participa en un proceso de negociación, la selección final se basa en 4 ejes de decisión:

- Calidad del bien o el servicio ofertado.
- Adecuación al nivel del servicio requerido.
- Coste del bien o el servicio propuesto.
- Certificación del cumplimiento de los requisitos relacionados con la política de Sostenibilidad de PRISA.

Fuente: http://www.PRISA.com/es/pagina/ser-proveedor-de-PRISA/ Diagrama del proceso de selección y homologación.

Evaluación y seguimiento de proveedores

En España, para algunos de los proveedores más representativos[20] del Grupo, se realiza un seguimiento y evaluación periódica en relación a 11 áreas de desempeño, entre las que se incluyen la ética y el buen gobierno, la gestión ambiental y de calidad y la prevención de riesgos laborales, entre otros. Durante 2015 se han evaluado con estos criterios un total de 103 proveedores de los que 30 se corresponden con nuevos proveedores dados de alta en el ejercicio con los siguientes resultados principales:

El 51% dispone de una política de RSC.

El 72% tiene un código ético de aplicación para todos sus empleados.

El 62% tiene mecanismos para evaluar sus emisiones de CO_2.

El 36% son firmantes del Pacto Mundial.

El 65% disponen de planes contra el fraude y adoptan medidas relacionadas.

Gestión responsable de los recursos ambientales

Objetivos y políticas

PRISA está comprometida, en el desarrollo de sus actividades de negocio, con el respeto por el medio ambiente y con la reducción de los costes y el impacto que sus operaciones tienen en el entorno. En este sentido, la Política de Seguridad Medioambiental del Grupo recoge una serie de principios básicos de aplicación con el objetivo de proporcionar productos y servicios seguros, que consideren el medio ambiente durante todo su ciclo de vida. De acuerdo con la misma, PRISA:

- Cumplirá los requisitos legales aplicables, incluso, cuando sea posible, anticipándose a los mismos.
- Perseguirá activamente la reducción y prevención de la contaminación, la conservación de la energía y la reducción de residuos en sus operaciones.
- Requerirá que sus proveedores lleven a cabo sus operaciones de una forma responsable con el medio ambiente.
- Buscará la seguridad en sus operaciones industriales, para evitar incidentes y efectos negativos sobre el medio ambiente.

Esta política se articula en tres niveles de actuación:

1. Control de consumos

1.1. Consumo de materiales

Los consumos más significativos del Grupo son los asociados a las actividades de impresión, por lo que, como puede comprobarse en la siguiente tabla, el consumo más relevante para PRISA es el consumo de papel y cartón.

Los proveedores con los que trabaja el Grupo cumplen como premisa básica con todos los criterios legales ambientales para la fabricación de papel y prácticamente todos ellos pueden fabricar papel certificado con PEFC o FSC que garantizan el control de la cadena del papel. En este sentido, Santillana, por un lado solicita a todos sus proveedores en Estados Unidos que estén certificados por el Forest Stewardship Council (FSC) y por Sustainable Forestry Initiative (SFI) y, por otro, su primer proveedor logístico (Pilot) está certificado por la Environment Protection Agency (EPA), dentro del programa SmartWay Transport.

PRISA garantiza que se efectúa una gestión responsable de principio a fin en el ciclo de uso del papel.

[20] El grado de representatividad de los proveedores se establece según el volumen de facturación a nivel de Grupo que supone cada proveedor.

Ciclo del papel en PRISA

Consumos

Material	Consumo (ton) 2015	% reciclado o valorizado 2014	Renovable
Papel[21-22]	83.633	7[23]	Si
Cartón[24]	1.779	10	Si
Tintas[25]	432	-	No
Planchas de aluminio[26]	49	100	Si
Adhesivo[27]	33	-	No

[21] Papel comprado directamente por PRISA.

[22] Papel: Consumo de todos los países.

[23] Los datos de papel reciclado son de España.

[24] Cartón: Consumo en Argentina, Brasil, España y Portugal.

[25] Tinta: Consumo en Portugal.

[26] Planchas de aluminio: Consumo en España.

[27] Adhesivo: Consumo en Brasil.

En el caso de España y Portugal, la gestión de este consumo se realiza de manera centralizada y, como puede verse en el gráfico que ilustra el ciclo del papel, el 70% del consumo de papel proviene de materia prima reciclada, obtenida a partir de operaciones de recuperación realizadas por parte de los gestores autorizados, existiendo una tasa de retorno del 14% de la materia prima.

De acuerdo con la información suministrada por los diferentes proveedores, la intensidad del carbono, expresada en kilogramos de CO_2 equivalente por tonelada de papel consumido es de 39.088 en España y de 74.096 en todo el Grupo PRISA, teniendo en cuenta las diferentes características de la actividad y del papel consumido en cada caso.

Por otro lado, con el objetivo de minimizar los impactos asociados a este consumo, el Grupo ha desarrollado numerosas iniciativas entre las que destacan la puesta en marcha de una aplicación de firma biométrica para evitar el uso de papel en la firma de contratos o renovación de impresoras, lo que ha permitido ahorrar hasta el 50% del consumo de papel.

Todo esto en un entorno sectorial marcado por la digitalización de contenidos y soportes, lo que permitirá ir reduciendo progresivamente nuestro consumo de papel.

1.2. Consumo de agua

El consumo de agua en PRISA en el ejercicio 2015 ha sido de 223.244 m³, procedente fundamentalmente del consumo de agua de la red municipal.

1.3. Consumo energético

El consumo total de la organización durante 2015 fue de 442.090 GJ, principalmente el consumo energético de PRISA está asociado al consumo de combustibles y electricidad, el cual se detalla a continuación:

Consumo energético

		Consumo GJ[28-29]		Intensidad energética (GJ/MM€)[30]	
		2014	2015	2014	2015
Consumo eléctrico		278.528	276.870	191	201
Combustibles	Gas Natural	418.694	118.025	288	86
	Gasoil	5.933	47.196	4	34

[28] Fuente del Factor de Conversión: DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs - GOV.UK).

[29] La metodología empleada para obtener los datos se basa en las facturas emitidas por los proveedores.

[30] Calculada considerando la facturación de 2015 del Grupo PRISA, excluyendo las Sociedades participadas Televisa de México y Grupo La Nación de Costa Rica.

Desde las distintas unidades de negocio de PRISA en 2015 se han llevado a cabo numerosas iniciativas de reducción de consumos energéticos, entre las que cabe citar la desarrollada en Noticias en España, ya que en el cuarto trimestre se ha comenzado un proyecto de sustitución de todas luminarias existentes por tecnología led en el complejo de Miguel Yuste, con esta medida se prevé una reducción sustancial del consumo a partir del segundo semestre de 2016.

En el mismo periodo, se ha iniciado una auditoría energética global (aire acondicionado, calefacción, generadores, etc.) en dicha instalación, a partir de la cual se han propuesto iniciativas para reducir el consumo energético (sustitución de los equipos de climatización, sistemas de monitorización y gestión remota) durante el primer semestre del 2016 está planificado que comiencen a aplicarse las medidas propuestas. En Santillana Perú, por otro lado, se han instalado temporizadores en el alumbrado y luminarias de bajo consumo para el ahorro de energía.

2. Control de emisiones

PRISA realiza una medición y seguimiento de las emisiones derivadas de sus actividades. En este sentido y con el objetivo de ampliar la medición de dichas emisiones, en el ejercicio 2010 se inició desde la Dirección de Compras Corporativa la recopilación de información relativa a desplazamientos de los empleados, siendo esta una fuente significativa de emisiones considerando las actividades desarrolladas por PRISA.

La información de emisiones relativas al ejercicio 2015 se presenta atendiendo al alcance o Scope de emisiones definido por el estándar GHG Protocol.

La disminución en las emisiones directas que afectan a la cifra del Scope 1 se debe a la reducción del consumo de Gas Natural. Se trata de un descenso del 71% en comparación con 2014, provocado por la salida de una parte significativa de PRISA TV (DTS y CATSA) del perímetro del Grupo.

Considerando estas emisiones, la intensidad energética para el ejercicio 2015 es de 21,12 toneladas de CO_2 equivalente por cada millón de euros facturado.

Puesto que PRISA es una compañía que está presente en todo el mundo, los viajes de negocio están ligados al desarrollo de su actividad. El Grupo es consciente del impacto que ello genera, por eso se incluye el desglose de la información relativa al Scope 3 de emisiones, obtenida a partir de los datos proporcionados de las agencias de viajes.

A continuación se incluye el desglose de la información relativa al Scope 3 de emisiones, obtenida a partir de los datos proporcionados por parte de las agencias de viajes.

3. Control de residuos

Dentro de las actividades desarrolladas por PRISA la impresión es la actividad que mayor cantidad de residuos genera, siendo las planchas, tintas y barnices, y el papel y cartón, la tipología más significativa.

Emisiones de CO_2 (PRISA: España y Portugal)

Viajes de Negocio		Distancia viajada en km	Emisiones de GEI (ton CO_2e)
Avión	Corta distancia	14.029.710,03	4.180,15
	Media distancia	7.788.839,51	1.321,92
	Larga distancia	18.148.017,00	3.595,67
Tren	N/A	4.367.846,00	196,80
Coche	Gasolina	29.362.360,46	5.353,35

[31] Scope 1: emisiones derivadas del consumo de combustibles. Para el cálculo de estas emisiones se han aplicado los factores de conversión DEFRA.

[32] Scope 2: emisiones derivadas del consumo eléctrico. Para el cálculo de estas emisiones se han aplicado los factores de conversión DEFRA.

[33] Scope 3: emisiones derivadas del desplazamiento de empleados. Para el cálculo de las emisiones derivadas del desplazamiento de empleados se han aplicado los factores de conversión DEFRA.

Como se ha comentado anteriormente, el sector está bajo un proceso de digitalización de su modelo productivo, es por ello que la producción de residuos de tintas y papel ha descendido. Además durante este año no se ha llevado ningún proyecto de actualización de equipos de impresión por lo que se ha reducido la generación de este tipo de residuo.

PRISA promueve el reciclaje de los residuos generados, en este sentido durante 2015 ha desarrollado diversas iniciativas encaminadas a fomentar el reciclaje del papel y las tintas y a reducir la cantidad de residuos generados:

- En Perú, se ha colaborado con la Fundación para el Desarrollo Solidario (FUNDADES) en el Programa «Recíclame, cumple con tu papel» mediante la donación de papel la cual beneficia a niños con habilidades especiales mediante su venta.
- En Ecuador se ha llevado un proyecto para asegurar el reciclaje del papel en todas sus oficinas.

PRISA, comprometida en la lucha contra el cambio climático

A lo largo de 2015 PRISA ha querido tener un papel activo en la defensa del medio ambiente y ha apoyado numerosas iniciativas encaminadas a frenar el cambio climático.

Como grupo de comunicación y educación, PRISA asume esta responsabilidad, no solo en el modo de gestionar sus negocios, sino también poniendo al servicio de la comunidad global la capacidad de prescripción y difusión de contenidos y actividades que actúen de altavoz. Con ello se pretende movilizar a la sociedad a realizar y reclamar acciones concretas contra el cambio climático.

El Grupo ha participado, por séptimo año consecutivo, en «La Hora del Planeta» del Fondo Mundial para la Conservación de la Naturaleza (WWF), el mayor movimiento global en defensa del medio ambiente; así como en su campaña #NiUnGradoMás, para solicitar a los gobiernos una apuesta firme por las energías renovables. PRISA se sumó a la iniciativa «Un Millón de Compromisos por el Clima», promovida por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente y ECODES, cuyo documento final fue presentado por España como aportación a la Cumbre sobre Cambio Climático COP 21 de París. También ha impulsado diversos debates sobre el tema, encuentros y foros.

El País, junto a otros 25 diarios de todo el mundo, lideró el pasado mes de mayo la alianza Red de Editores sobre el Clima, creando por primera vez un sistema de intercambio gratuito de artículos relacionados con el cambio climático para colaborar en su cobertura, orientado a mejorar la información sobre este problema de cara a la recientemente celebrada COP 21 en París.

Control de residuos

Residuos generados por PRISA[34]			
	Toneladas 2014	Toneladas 2015	Destino
Tintas y barnices	10.062	107,7	Gestor autorizado
Papel y cartón	4.627	3.300	Reciclaje
Equipos electrónicos	269	1,72	Reciclaje
Revelador de plancha	67	47	Gestor autorizado

[34] Datos de: Brasil, Chile, Colombia, Guatemala, El Salvador, España, Honduras, Méjico, Portugal, Perú, Uruguay y República Dominicana.

Cinco Días ha participado en la publicación del suplemento especial *Cambio Climático* en colaboración con una red de diarios económicos de todo el mundo, y durante todo el año publica el suplemento mensual *Entorno* que cubre todo tipo de información medioambiental. También celebró encuentros con expertos para analizar el papel de la empresa en la integración de políticas de medio ambiente con expertos sobre la materia.

La Cadena SER emitió durante el verano la serie de cuatro programas especiales *Cambio Climático*, la última oportunidad para analizar los impactos del cambio climático. La serie arrancó con una entrevista en exclusiva a Wallace S. Broecker, el científico que por primera vez habló de cambio climático y calentamiento global. Desde hace años el interés por los temas medioambientales forman parte de la programación de la cadena, programas como *El Viajero Cuántico* los viernes en «La Ventana»; o la sección *R al cubo: Reduce, Reutiliza, Recicla*, en colaboración con Ecoembes, sobre la importancia del reciclaje y su implicación medioambiental. Los fines de semana, *Visión semanal*, en «A Vivir que son dos días», conecta con la actualidad en clave social desde iniciativas de ecologistas, a políticas energéticas, etc.

Santillana desarrolla contenidos y materiales para que los alumnos, desde una edad temprana, comprendan el valor de la sostenibilidad y creen conciencia respecto a los problemas climáticos y el mal uso de los recursos.

Acción social, cultural y medioambiental

En 2015 PRISA fue distinguida con el Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas concedido por el Foro Ecuménico Social. El Grupo obtuvo las más altas valoraciones en las cuatro dimensiones en las que el Comité Evaluador del certamen consideró su actuación: económica, institucional, medioambiental y social.

El jurado valoró la labor de PRISA como ejemplo a seguir de empresa socialmente responsable que cumple las expectativas de los diferentes grupos de interés: clientes y usuarios, empleados, accionistas, proveedores y la sociedad en general. «Existe una total coherencia entre la estrategia general y la de sostenibilidad de la entidad, así como de las medidas reales que se han venido implantando, mostrando un compromiso mantenido en el tiempo con la RSE», señaló el jurado. Destaca el hecho de que con un año de antelación a la normativa del Global Reporting Initiative (GRI), y de manera voluntaria, PRISA elaboró su informe 2015 de acuerdo con la nueva versión G4 del GRI, que será obligatoria a partir de 2016.

Debate sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible

PRISA —en todas sus divisiones (Santillana, audiovisual y prensa)— está implicada en la defensa de la libertad de expresión y de conciencia, y los derechos humanos, y desde esa posición, la responsabilidad social no es un añadido ni un complemento, sino una parte consustancial del Grupo.

Los medios de comunicación de PRISA se han convertido en altavoces permanentes de numerosas campañas promovidas por instituciones como UNICEF, WWF Intermón Oxfam, la FAD, Ayuda en Acción, Cruz Roja, Manos Unidas, Médicos sin Fronteras, Save the Children o ACNUR, tanto editorialmente como con acuerdos específicos de promoción y patrocinio.

Todas estas iniciativas se ponen en común en el Observatorio de Responsabilidad Social de PRISA, órgano que se reúne una vez al mes y en el que están representadas todas las unidades de negocio y cuya responsabilidad es desarrollar y dirigir una estrategia global y trasversal de responsabilidad social, a la vez que canaliza, apoya y coordina la estrategia de cada una de sus empresas y unidades de negocio.

PRISA

A lo largo de 2015 PRISA ha querido tener un papel activo en la defensa del medio ambiente y ha apoyado numerosas iniciativas encaminadas a concienciar y movilizar a la sociedad ante los retos que plantea el cambio climático que es el mayor desafío al que se enfrenta la sociedad contemporánea.

El Grupo ha participado, por séptimo año consecutivo, en La Hora del Planeta del Fondo Mundial para la Conservación de la Naturaleza (WWF), el mayor movimiento global en defensa del medio ambiente; así como en su campaña #NiUnGradoMás, para solicitar a los gobiernos una apuesta firme por las energías renovables. PRISA se sumó a la iniciativa Un Millón de Compromisos por el Clima, promovida por el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente, y ECODES, cuyo documento final fue presentado por España como aportación a la Cumbre sobre Cambio Climático (COP 21) de París.

De izda. a dcha., Giuseppe Tringali, vicepresidente de Mediaset, Javier Ayuso, adjunto a la dirección de *El País*, Juan Arena, presidente de la Fundación Seres y José Goirigolzarri, presidente de Bankia

PRISA, socio de la Red Española del Pacto Mundial desde mayo de 2013, ha colaborado este año de forma especial con la participación en dos grupos de trabajo: La empresa en la renovación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y el Comité de Medios, que aglutina todas las empresas españolas del sector a fin de poner en valor el trabajo que ha desarrollado en RSE e impulsar iniciativas colectivas. Además, se puso en marcha el Espacio Sostenible de Pacto Mundial a través de una nueva línea de debates Es+ Debate. *El País*, y su sección de desarrollo sostenible *Planeta Futuro*, lideraron en septiembre el debate sobre los Objetivos de Desarrollo Sostenible y cómo la empresa privada debe desarrollar nuevos modelos colaborativos para su implantación en los próximos años. En diciembre tuvo lugar el segundo encuentro, Contra el Cambio Climático, con el análisis del acuerdo alcanzado en la COP21 de París.

En el campo de la innovación, investigación y desarrollo colabora desde 2005 con la Fundación Pro CNIC en la divulgación de sus iniciativas y campañas cuyo principal objetivo es dar a conocer la importante labor en la investigación y prevención de las enfermedades cardiovasculares que realiza el CNIC, el Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares dirigido por Valentín Fuster.

PRISA forma parte del grupo de empresas que constituyen la Fundación SERES, que promueve el compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor para todos. Dentro de esta colaboración PRISA participa en su comité operativo y como miembro del jurado de los Premios SERES a la Innovación y Compromiso Social de la Empresa. Además, ha participado en el desarrollo de los foros CEO Talks: «Una visión de la RSC y la creación de valor compartido desde el liderazgo de la empresa» y «La empresa y la innovación social».

En 2015 el Grupo participó en los patrocinios de dos eventos de excepcional interés público: el III Centenario de la RAE**,** en conmemoración de sus tres siglos de historia, y el 200 Aniversario del Teatro Real, que se extenderá hasta finales de 2018

En el ámbito de la educación y la cultura, PRISA y la Fundación Santillana sostienen una red de acuerdos y convenios con instituciones y entidades culturales, educativas y científicas tanto en España como en América con la Organización de Estados Iberoamericanos, el Banco Iberoamericano de Desarrollo, la Real Academia Española, el Instituto Cervantes, la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, la Fundación Teatro Real, el Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, el MACBA, la Casa de América, la Fundación Carolina, la Fundación Cultural Hispano Brasileña, Fundación Conocimiento y Desarrollo, Fundación Empresa y Crecimiento, el Istituto Europeo di Design (IED) y la Fundación Princesa de Asturias; en el ámbito de la innovación, investigación y desarrollo colabora con la Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica y la FAD.

En materia de educación universitaria, coopera con distintas universidades españolas y latinoamericanas, entre ellas, la Universidad Autónoma de Madrid, con la que desarrolla las actividades de la Escuela de Periodismo UAM-*El País* y la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco, la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, el Instituto Tecnológico de Monterrey (TEC) y la Cátedra Mario Vargas Llosa. Las sedes de la Fundación Santillana en América (Colombia, Brasil, Argentina y Perú) desarrollan similares programas de actividad en los campos educativos y culturales en colaboración con numerosas instituciones y con los Ministerios de Educación y Cultura de sus respectivos países.

Entrega a PRISA del Premio Latinoamericano a la Responsabilidad Empresarial

PRISA Noticias

PRISA Noticias, como grupo de medios, promueve a través de sus contenidos la defensa de los derechos humanos, la educación, la igualdad y el medioambiente. En este último ámbito se ha hecho un esfuerzo especial durante 2015 con motivo de la Cumbre de Cambio Climático de la ONU (COP 21), celebrada en París a finales de noviembre, en la que se realizó una amplia cobertura editorial y publicitaria.

El País creó una web especial, liderada por el corresponsal en París, donde se publicó toda la actualidad informativa relativa a la cumbre, y numerosos artículos de opinión de activistas, científicos y políticos. Además, veinticinco organizaciones periodísticas de todo el mundo, con *El País* y *The Guardian* a la cabeza, crearon una red de editores para colaborar en la cobertura del cambio climático durante el período previo a la COP 21. A través de esta iniciativa, coordinada por la Red Mundial de Editores (GEN) y su proyecto Climate Publishers Network (CPN), se creó un sistema de intercambio gratuito de artículos orientado a mejorar la información sobre este problema que afecta a todo el planeta. *Cinco Días* participó en la publicación del suplemento especial *Cambio Climático* en colaboración con una red de diarios económicos de todo el mundo.

El País también organizó un debate sobre el cambio climático que inauguró oficialmente el Hay Festival de Segovia. Cuatro expertos debatieron sobre la transición a las energías limpias: Samantha Smith, activista de WWF; James Randerson, periodista de *The Guardian;* Teresa Ribera, ex secretaria de Estado para el cambio climático y Alexander Leicht, representante de UNESCO.

Siete reportajes publicados en *Planeta Futuro*, el portal sobre desarrollo sostenible y Objetivos del Milenio de *El País* con el apoyo de la Fundación Bill y Melinda Gates, obtuvieron diversos premios de periodismo y fotografía en reconocimiento del compromiso de sus autores por acercarnos a algunas de las historias más duras de la actualidad.

El País, Cinco Días y *As* apoyaron las campañas de la World Wild Foundation (WWF) «Ni un grado más», a favor de las energías renovables, y «La hora del planeta», el mayor movimiento global en defensa del medio ambiente, tanto en papel como en sus ediciones digitales.

El diario impulsó debates y diálogos abiertos al público sobre temas sociales de actualidad entre los que cabe destacar el diálogo sobre la crisis migratoria entre la alcaldesa Manuela Carmena y Emma Bonino, ex comisaria europea y copresidenta del Consejo Europeo de Relaciones Exteriores (ECFR), quienes analizaron la actuación de España y de Europa ante la mayor crisis de refugiados desde la II Guerra Mundial.

Un foro informativo sobre la paz en Colombia, que contó con la participación del presidente Juan Manuel Santos, un desayuno informativo sobre la gestión del agua y el desarrollo sostenible, y dos encuentros sobre RSC organizados por *Cinco Días* completaron las iniciativas organizadas por PRISA Noticias en materia de acción social.

Área Educativa

Más de 2.000 estudiantes de 17 años participaron, durante dos días, en la primera edición de las jornadas «*El País* con tu futuro», organizadas por el diario en colaboración con la Fundación Santillana en Madrid, y en las que medio centenar de expertos impartieron charlas prácticas para orientar a los jóvenes en su futuro académico y laboral.

Talleres prácticos de Periodismo para niños en hospitales de Madrid

Un año más se celebraron los Talleres prácticos de Periodismo para niños en los hospitales Ramón y Cajal, La Paz, 12 de Octubre y Niño Jesús de la Comunidad de Madrid en los que se procura, además de impulsar la lectura de noticias, que estos conozcan más de cerca la profesión del periodista.

La Escuela de Periodismo UAM-El País

En enero de 1986 se puso en marcha la Fundación Escuela de Periodismo UAM-*El País*, una entidad sin ánimo de lucro, fruto de un acuerdo estratégico de colaboración entre PRISA y la Universidad Autónoma de Madrid para la formación de licenciados —en cualquier carrera— que quieran ser periodistas. Para ello se creó el Máster de Periodismo, un posgrado que es título propio de la UAM y que ya lleva 30 promociones.

Desde su creación, la Escuela ha renovado su compromiso con la sociedad al haber formado a más de 1.000 profesionales a quienes ha inculcado un periodismo de calidad con el que contribuir al fortalecimiento de la sociedad civil y la mejor calidad de la democracia. El rol del periodista es un tema transversal a toda la actividad del máster y la idea central del curso son los ejercicios prácticos, la de aprender haciendo el oficio de periodista.

La Escuela ha ido ampliando sus actividades —organizando coloquios, conferencias y talleres de periodismo especializado los fines de semana— hasta convertirse en un laboratorio de periodismo a la vanguardia en nuevas tecnologías. El máster comienza en octubre y dura dos años: el primero se desarrolla en la sede de la escuela y el segundo consiste en doce meses de prácticas remuneradas en alguno de los medios del grupo PRISA. Sus instalaciones están ubicadas en la sede del periódico.

Durante el periodo de enseñanza los estudiantes se convierten en reporteros que trabajan en historias reales, editores gráficos que deben escoger la mejor foto, periodistas que tendrán que gestionar una web y diseñadores que confeccionan las páginas de sus publicaciones. El trabajo digital y el impreso están completamente integrados y se hace especial hincapié en el uso de las nuevas tecnologías y de todos los recursos que ofrecen las redes sociales. De hecho, la enseñanza de las nuevas narrativas de la profesión ha adquirido mayor peso curricular, con especial atención al vídeo como herramienta y al ejercicio del periodismo a través del móvil. El máster también incluye clases de radio en las que los alumnos aprenden a dirigir su propio informativo, con reportajes propios y conexiones en directo.

En 2014 la Escuela empezó su proceso de internacionalización con el acuerdo firmado con la Universidad Iberoamericana de México para el intercambio de cursos. Posteriormente firmó un convenio con el Instituto Tecnológico de Monterrey (México) por el cual la Escuela ha impartido dos cursos a alumnos de esa institución, y también ha colaborado con la Universidad del Rosario de Bogotá.

El País de los Estudiantes

«*El País* de los Estudiantes» es un programa gratuito y online de prensa escuela con un reconocido prestigio en el sector educativo que actúa como una plataforma lúdico-educativa entre el profesorado y el alumnado de toda España. El proyecto, organizado por *El País* y patrocinado por Endesa, nació con el objetivo de fomentar la lectura y el conocimiento de la actualidad informativa en estudiantes de entre 14 y 18 años de toda España. El programa está dirigido a alumnos de 2º ciclo de ESO, Bachillerato, Cualificación Profesional (PCP) y Formación Profesional de Grado Medio.

En sus 14 ediciones, el programa suma ya más de 450.000 participantes. En 2015 formaron parte de esta iniciativa más de 21.200 alumnos de ESO, Bachillerato y FP y 5.809 equipos de 1.905 centros de toda España.

«*El País* de los Estudiantes» se ha consolidado a lo largo de los años como una herramienta didáctica que fomenta el trabajo en equipo, la interacción con el profesorado e impulsa el uso de las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) en el aula. También ayuda al alumno a desarrollar su espíritu crítico, valorar la libertad de expresión y los valores democráticos.

Los ganadores de los premios generales consiguen un viaje de equipo y material informático para el centro. Además, las ocho categorías de premios especiales son recompensadas con una tableta. Los apartados en los que compiten son: mejor entrevista, reportaje, sección en inglés, fotografía, publicidad propia, tira cómica/viñeta, material multimedia, blog y mejor periódico junior. El jurado está compuesto por periodistas de *El País* que evalúan y seleccionan los tres mejores periódicos en formato papel o digital y los mejores trabajos especiales.

Los alumnos ganadores de la pasada edición de «*El País* de los Estudiantes»

PRISA Radio

PRISA Radio coloca la RSE en eje vertebral de su actividad, consciente de su incidencia en el proceso de transformación social. PRISA Radio tiene el máximo interés en ser una empresa responsable y sostenible. De ahí que la interacción entre reputación y aceptación social sea clave en la planificación de sus actividades.

Entre las actuaciones que ha llevado a cabo en España destaca la Gala de los Premios 40 Principales de la que parte de la recaudación se destinó a la ONG Entreculturas y a su proyecto «Red Solidaria de Jóvenes». Parte de los beneficios del concierto Primavera Pop 2015 a la Fundación ANAR, y se organizó en torno al evento una mesa redonda sobre ciberacoso y violencia de género entre adolescentes, que sirvió para presentar también el Informe de Violencia de Género del Teléfono ANAR 2014, el teléfono de atención a menores en riesgo de violencia que ofrece atención psicológica, social y jurídica. La Gala de los Premios Cadena Dial destinó parte de su recaudación a la Fundación Lares Canarias, una asociación de residencias y servicios que atiende a personas mayores o dependientes. Además, en el concierto con el que celebró su 25 aniversario, Cadena Dial colaboró con la fundación VOCES, cuyo objetivo es el desarrollo sostenible de las personas y de los pueblos, frente a la pobreza, tomando la cultura como fuente de inspiración y base para el cambio social. Por último, en la primera gala de los Premios Radiolé, los beneficios se donaron a Cruz Roja Sevilla y a su proyecto de asistencia a personas mayores.

Mesa redonda y presentación del Informe Violencia de Género del Teléfono ANAR

En Colombia, nuestras emisoras, además de informar y de organizar eventos, tienen como objetivo desarrollar proyectos que generen conciencia social, impacten positivamente a la comunidad y mejoren su calidad de vida. A lo largo del 2015 se ha logrado llegar a los ciudadanos ofreciendo ayuda y cumpliendo una labor social en beneficio de las personas más necesitadas. Así, Radio Caracol organizó varios eventos con este fin. En octubre, y por cuarto año consecutivo, W Radio puso en marcha su campaña social más importante: «Por los Héroes de Colombia». Con ella invita a todas las empresas colombianas del sector privado, instituciones aliadas y a todos los ciudadanos colombianos a que aporten dinero para los soldados y policías heridos en combate. En 2015 recaudó dos millones de euros (entre donaciones en especie y en dinero). Otros beneficiados por la campaña recibieron 73 subsidios de vivienda como resultado de una gran alianza con el Ministerio de Vivienda y otras donaciones en especie como cursos educativos, tabletas, teléfonos móviles, o kits escolares.

Por otra parte, las emisoras musicales, Los 40 Principales, Radioacktiva, y Oxígeno, se unieron por primera vez para realizar una serie de conciertos benéficos en

Los Premios 40 Principales colaboran con el proyecto «Red Solidaria de Jóvenes»

el mes de diciembre, recaudando y entregando casi 9.000 regalos para los niños colombianos de bajos recursos.

En México, Tarjeta 40 donó en torno a 100.000 euros a distintas fundaciones e instituciones privadas: Patronato Pro Zona Mazahua, A.C.; Amigos de Sian Ka'an, A. C.; Hope Worldwide México, I. A. P.; Tequio y Conocimiento, A. C., entre otros. Además a través de la iniciativa «Los 40 solidarios» se realizaron jornadas de reforestación, durante cuatro fines de semana, en la zona metropolitana de Guadalajara. Por su parte, la emisora Ke Buena convocó a sus oyentes para recoger alimentos, juguetes y ropa para entregarlos a la Casa Hogar Pequeño Cottolengo.

En Argentina, Los 40 Principales llevó a cabo una acción de cambio de entradas a espectáculos por alimentos, juguetes, ropa y material escolar que se han entregado a comedores comunitarios y a «Sur Solidarios». En 2015 se apoyaron, además, campañas a través de cuñas o menciones para la prevención de accidentes viales y el cuidado del medio ambiente.

En Chile, se promovió la participación en actividades de todo tipo para fomentar el civismo, el cuidado del medioambiente y la salud. En 2015 se cerró un acuerdo de colaboración con la Fundación Desafío Levantemos Chile, dedicada a la reconstrucción de zonas y escuelas afectadas por desastres naturales, y atención a sectores de escasos recursos. Además, se mantiene el compromiso con las causas sociales a través de convenios con América Solidaria, que busca erradicar la pobreza en el continente, y con Teletón, la campaña anual para la construcción y mantenimiento de los Institutos de Rehabilitación Infantil (IRI), para el tratamiento de niños con discapacidad motriz. Se apoyaron campañas para el cuidado del medio ambiente (La Hora del Planeta); el civismo (Educación 2020, Crece Chile, Bomberos de Chile Servicio País, América Solidaria, Techo); la infancia (Protectora de la Infancia, Patronato Madre Hijo, Fundación San José, Leche para Haití); y la salud (Teletón, Pequeño Cottolengo, Fundación Paréntesis, Fundación Debra Niños Piel de Cristal, Fundación Arturo López Pérez, Coaniquem, Coanil).

En Panamá, PRISA Radio se unió a Sumarse, una asociación que impulsa la responsabilidad social y es el punto de encuentro entre diversos sectores para avanzar en el desarrollo sostenible del país. Se trata de la Red Local del Pacto Global en este país. Además, se realizaron acciones mensuales de apoyo a diferentes ONGs, con la producción de cápsulas informativas sobre cada organización, y cómo la sociedad civil puede unirse o apoyar. Se invitó a los representantes de la ONG que correspondía al mes, todos los viernes a que participasen en «Lo que hay que oír», uno de los programas de Radio Panamá.

Además, el último viernes de cada mes el programa se realizó en directo desde las instalaciones de la ONG.

Todas las emisoras de PRISA Radio, en España y Latinoamérica, llevaron a cabo acciones sociales, solidarias y culturales. Además, todas ellas también cedieron espacios de la antena gratuitamente a ONGs y otras fundaciones de carácter social para ayudarles a divulgar sus mensajes y recabar apoyos para sus campañas.

Santillana

Santillana ofrece contenidos educativos y servicios de calidad que, desde su creación hace seis décadas, facilitan y mejoran los resultados de aprendizaje en España y Latinoamérica. En un mundo en el que los cambios sociales requieren de las compañías nuevos compromisos, Santillana ha entrado a formar parte activa de los centros educativos, de las familias, y también de la sociedad.

La empresa actúa con responsabilidad favoreciendo la reflexión y el debate permanente sobre la educación y apostando con especial interés por la lectura como herramienta de mejora social, clave para potenciar la imaginación y la creatividad de niños y jóvenes ante el reto de crear una sociedad más libre y equitativa.

En este contexto, Santillana celebró en Perú el II Congreso y Seminario Internacional de Literatura Infantil y Juvenil «Leer en el siglo XXI: un viaje sin fronteras», auspiciado por el Ministerio de Educación y con un amplio programa de conferencias virtuales y presenciales a cargo de reconocidos especialistas nacionales e internacionales.

Otros proyectos en favor de la lectura han acercado los libros a los niños. En Colombia, Santillana y el Fondo Nacional del Ahorro, desarrollaron una campaña para llevar bibliotecas a los colegios de Tierra Bomba, una de las poblaciones con mayor índice de vulnerabilidad del país, donde 3.000 niños en condiciones de máxima pobreza recibieron un total de 3.000 ejemplares del nuevo sello, Loqueleo, y otros 1.500 libros donados por voluntarios.

Niños y mayores de poblaciones con dificultades, como el barrio de la Floresta (Argentina), el proyecto Maestros de Obra (Brasil) y otros de Costa Rica, Ecuador, República Dominicana y Uruguay, pudieron beneficiarse de estas donaciones. Destaca especialmente la campaña «Bolivia lee», a la que Santillana contribuyó con una importante donación de libros valorados en 23.850 dólares.

Conscientes de la importancia de la lectura para todos los colectivos, en Ecuador y también en España, el Grupo AMÁS y Santillana firmaron un convenio para promover la Lectura Fácil y permitir el acceso a la literatura de este 30% de la población con dificultades lectoras o de comprensión (personas con discapacidad intelectual, inmigrantes, personas mayores, afásicos, sordos, ciegos…).

En Brasil, el proyecto «Trilhas da Cidadania», proporcionó apoyo al curso de portugués gratuito para inmigrantes y refugiados, un proyecto que llega a su quinta edición y que favorece la inserción de este colectivo.

En Chile, Santillana destina esfuerzos para crear metodologías innovadoras que redunden en una mejora de los hábitos alimenticios y saludables de los niños. En colaboración con la Fundación Chile Vive Sano, Santillana brinda respaldo pedagógico, metodológico y académico en los centros educativos.

Aportar conocimiento y reflexión sobre el proceso educativo ha sido también un objetivo de Santillana en 2015. El Foro Saber Hacer, en España, ha formado a cientos de profesionales de la educación a través de charlas de expertos. Una de las iniciativas más aplaudidas fue el encuentro ¡Grandes Profes!, un gran evento educativo fruto de la colaboración con la Fundación Atresmedia, en el que profesionales de diferentes ámbitos pusieron todo su conocimiento al servicio de los docentes con el objetivo de ayudarles y motivarles en su día a día, así como reconocer su labor en las aulas.

En Puerto Rico, la alianza con la UNESCO, ayudó a la transformación de directivos escolares y docentes, favoreciendo la mejora en el rendimiento académico de sus estudiantes y la reducción de los índices de deserción escolar. En noviembre de 2015, Alfredo Rojas, asesor del programa de la Red de Liderazgo Escolar de la Oficina Regional de Educación para América Latina y el Caribe (OREALC-UNESCO Santiago) ofreció varios talleres sobre Liderazgo Educativo para la transformación.

Fundación Santillana

Desde su creación en 1979, la Fundación Santillana, con su variado programa de actividades, se ha convertido en un referente en los ámbitos de educación, cultura, periodismo y gobernanza al crear cada año espacios de reflexión y diálogo, y consolidar así su presencia institucional.

El arraigo de los medios de comunicación y las editoriales del Grupo Prisa en España, Portugal, Brasil y los países americanos de lengua española refuerza la presencia de la Fundación en un amplio territorio lingüístico, geográfico y social. En América Latina las actividades de la Fundación están centradas en impulsar el debate en torno a la educación, así como apoyar planes de incentivo a la lectura y a la alfabetización.

Área de Cultura

Otras economías en la industria creativa Jornada de presentación y formación de la Red de Industrias Creativas

Con el Istituto Europeo di Design,
17 de marzo, Madrid

En la segunda edición del Programa de Diseño y Crecimiento para Empresas Innovadoras, se convocó esta jornada en la que hubo una conferencia de Christian Felber, impulsor de la Economía y el Banco del Bien Común. Participaron Mercedes García de Vinuesa, presidenta de la Coordinadora Estatal de Comercio Justo; Patricia González, cofundadora de Alterkeys y Ramón Puchades, director de Talent United, en una conversación en torno a modelos económicos alternativos de la industria creativa.

Festival de Literatura Infantil y Juvenil

Con el Instituto de Estudios Baleares, el Gobierno de Baleares, la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes y la Cátedra Vargas Llosa; y la colaboración de Santillana y Cadena Ser
24-25 de marzo, Mallorca

El festival se celebró durante dos jornadas en Mallorca, donde más de dos mil de niños y jóvenes disfrutaron de la intervención de Ernesto R. Abad, Gabriel Janer Manila, Iolanda Bonet, Joan Manuel Gisbert, Jordi Sierra i Fabra, María Isabel Molina, Miquel Arguimbau, Miquel Rayó y Ponç Pons, así como de la obra de teatro *Juglares* de Muñecos Animados y la proyección de cortometrajes animados del Máster de Animación por Ordenador de LADAT de la UIB.

Se presentó el libro *Mis amigos y otros cuentos* de Margarita Roig, quien tardó 10 años en escribirlo, ya que padece parálisis cerebral. El prólogo estuvo a cargo Joan Manuel Gisbert y las ilustraciones son de Max, Pere Joan, Flavia Gargiulo, Gerard Armengol, Nívola Uyá, Álex Fito, Irene Gayà y Anapurna.

Seminario de literatura infantil y juvenil

Con la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, la Cátedra Vargas Llosa y la colaboración de Santillana, 13 de marzo, Madrid

El encuentro consistió en una conversación entre expertos y prescriptores de la literatura infantil y juvenil. La sesión inauguró un nuevo espacio de reflexión para docentes, especialistas, libreros, bibliotecarios y editores. Se presentó el Festival de Literatura Infantil y Juvenil, con un programa atractivo y dinámico para que niños y jóvenes puedan conocer a los escritores que leen en las aulas y entender el libro, la lectura y la escritura, como una experiencia con infinitas posibilidades.

Congreso de Periodismo Cultural

Con la Fundación Botín y el Ayuntamiento de Santander y la colaboración de Palacio de la Magdalena y la Fundación Santander Creativa
10-11 de abril, Santander

Profesionales de todos los medios fueron invitados a participar en el primer Congreso de Periodismo Cultural en Santander, donde se habló de los dilemas y transformaciones de este sector. Se reflexionó sobre la misión del periodismo cultural, conscientes de su influencia en la construcción del gusto y en la elección de opciones culturales, y de la necesidad de transmitir la vitalidad creativa y contagiar entusiasmo y respeto. Participaron, entre otros: Juan Cruz, de *El País*; Concha Barrigós, de la Agencia EFE; Nuria Claver, de *Claves de Razón Práctica*; Fernando R. Lafuente, de *Revista de Occidente* y *ABC Cultural*; Javier Torres, de la Cadena SER.

Congreso de Periodismo Cultural en Santander

Máster en Gobernanza y Derechos Humanos Acto de graduación

Con la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco, 14 de abril, Madrid

La entrega de diplomas de esta quinta edición contó con la presencia de Rebeca Grynspan, secretaria general de SEGIB, quien habló de la gran tarea de América Latina para evitar el retroceso en un momento de desaceleración económica. El Máster, que este curso tuvo 49 alumnos matriculados, se dirige desde la Cátedra Jesús de Polanco de la Universidad Autónoma de Madrid. Asistieron, entre otros, José M. Sanz, rector de la UAM, Juan Luis Cebrián, presidente del Grupo PRISA, e Ignacio Polanco presidente de la Fundación Santillana.

Laboratorio cultural: México-España 189 maneras de hacer cine

Con la Embajada de México, el Instituto Mexicano de Cine y Nocturna, Festival Internacional de Cine Fantástico de Madrid y la colaboración de CentroCentro, 21 de mayo, Madrid

El objetivo del Laboratorio es fomentar la conversación entre los creadores y profesionales del sector creativo de ambos países, descubrir nuevas dimensiones culturales y reconocer el gran potencial de creación de la lengua española. Se dedicó la jornada a la relación de las industrias culturales entre México y España enfocada en el cine. Álex de la Iglesia; el compositor Joan Valent; la directora de Alebrije Cine y Vídeo, Mónica Lozano; y Gerardo Juárez, «Bola», socio y productor de Blindspot, entre otros, compartieron la experiencia de la legislación mexicana (Artículo 189 de la Ley de Impuesto sobre la Renta) que ha permitido multiplicar la producción cinematográfica.

Presentación vol. III Biblioteca Gobernanza y Derechos Humanos: El derecho de los animales

Con la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús Polanco y la editorial Marcial Pons, 2 de junio, Madrid

Este volumen —coordinado por Basilio Baltasar, director de cultura de la Fundación Santillana— explora los argumentos a favor o en contra de los derechos de los animales y cuestiona el estatuto jurídico español. Además, pone sobre la mesa «una nueva frontera moral»: el respeto del hombre por el resto de los animales. Participaron: Ignacio Polanco, presidente de la Fundación Santillana; Joaquín Estefanía, director de la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco; Antonio Rovira, catedrático de Derecho constitucional y director de esta Biblioteca; Basilio Baltasar, mencionado antes, Teresa Giménez-Candela, directora del Máster en Derecho Animal y Sociedad de la UAB; y Javier Sádaba, filósofo.

Red de Industrias Creativas: presentación del mapa de la Rive Gauche of Madrid. El hub creativo de la ciudad

Con el Istituto Europeo di Design de Madrid (IED), 10 de junio, Madrid

La Red de Industrias Creativas presentó una nueva iniciativa, *La Rive Gauche of Madrid, el hub creativo de la ciudad*, un mapa que parte de la sede de la RIC, ubicada en el edificio modernista de la calle Larra, y traza una línea imaginaria con el edificio de la Biblioteca Nacional. Es una hoja de ruta cultural para todo el que quiera exprimir su tiempo en Madrid, así como un posible lugar de encuentro e información para los empresarios que lo ocupan. Al igual que la expresión «margen izquierda» caracterizó a los barrios artísticos

e intelectuales de la primera mitad del siglo xx en París, *La Rive Gauche of Madrid* alude, más allá de la mera localización geográfica, a un modo de vida, una manera de ser y pensar.

Seminario de Periodismo Cultural

Con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo (UIMP) y el TEC de Monterrey, 17-18 de junio, Santander

La sexta edición de este seminario reunió a profesionales como Antón Castro, director del suplemento *Artes y Letras del Heraldo de Aragón*; Sergi Doria, periodista y crítico literario de *ABC*; Soledad Gallego-Díaz, periodista de *El País*; Manuel Pedraz, director de *Historias de Papel* de RNE; Marta Peirano, directora de Cultura de *ElDiario.es* y Rupert Shortt, responsable de Religión y Literatura Hispánica de *The Times Literary Supplement.* Bajo el título *Periodismo cultural: la gran renovación,* se reflexionó sobre los cambios y las innovaciones tecnológicas, que han alterado las prioridades del periodismo cultural.

Convenio de colaboración entre Fundación Santillana y Universidad Nacional Autónoma de México

3 de septiembre, Madrid

Las dos instituciones firmaron un convenio para la organización y difusión de actividades académicas y culturales. Roberto Castañón Romo, director del Centro de Enseñanza para Extranjeros de la UNAM; Alicia Mayer, directora del Centro de Estudios Mexicanos UNAM-España; Emiliano Martínez, vicepresidente de la Fundación Santillana, y Basilio Baltasar, director del Área de Cultura de esta última, pusieron la rúbrica al acuerdo. Los primeros pasos del convenio se materializarán en dos campos muy diferentes: la literatura infantil y juvenil, y los Derechos Humanos.

Conversaciones Literarias de Formentor La novela más mala del mundo. Maldad, perfidia y espanto en la historia de la literatura

Con el Hotel Barceló Formentor, 25-27 de septiembre, Mallorca

Justo Navarro, Carme Riera, Vicente Molina Foix, Victoria Cirlot, Félix de Azúa, entre otros autores, críticos, periodistas y editores, hablaron de libros y escritores en la octava edición de estas conversaciones, ante una sala siempre repleta, ya que acudieron más de 200 personas cada día. A partir de esta edición, las conversaciones integrarán la ceremonia de entrega del Premio Formentor de las Letras. El escritor argentino Ricardo Piglia fue el galardonado en 2015 por el conjunto de su obra literaria y ensayística.

Red de Industrias Creativas Programa de Diseño y Crecimiento para Empresas Innovadoras

Con el Istituto Europeo di Design (IED), 9 de octubre-23 de enero, Madrid

El programa, en su segunda convocatoria, cuenta con destacados profesionales y una metodología propia para el desarrollo de la innovación, la expansión y el crecimiento. Con la creación de la Red de Industrias Creativas, la Fundación Santillana y el Istituto Europeo di Design, inauguraron en 2014 un proyecto común, al que contribuyen con sus respectivas competencias en la industria cultural y el campo educativo, en la formación de expertos y emprendedores y con su amplia presencia en España y América Latina.

Foro de Industrias Culturales ¿Cultura o barbarie? Diez propuestas al borde del abismo

Con la Fundación Alternativas, el Ministerio de Educación, la Fundación Jesús Serra, Sociedad General de Autores y Editores y Bertelsmann, y la colaboración del Museo Reina Sofía, 5 de noviembre, Madrid

En esta séptima edición del Foro se definieron las líneas maestras de la restauración cultural que urge a nuestro país en conversaciones acerca de: «El papel de las políticas y el Estado», «La reflexión de los intelectuales y la acción de los creadores» *y* elaboraron un «Decálogo: exigencias y urgencias». Entre otros, intervinieron Carmen Alborch, Juan Cruz, Santiago Eraso, Ramón Colom, Antonio Resines, Manuel Cruz, Carlota Navarrete, César Rendueles. Este Foro tiene como objetivo encontrar respuestas a los dilemas del sector de la cultura. El público está formado por jóvenes profesionales, directivos de empresas culturales, empresarios y emprendedores.

Festival Iberoamericano de Literatura Infantil y Juvenil

Con la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes y la Cátedra Vargas Llosa, y la colaboración de Santillana, el Museo Reina Sofía, la Biblioteca Eugenio Trías, el Ministerio de Educación y el Plan de Fomento de la Lectura, 25-26 de noviembre, Madrid

La tercera edición de este Festival reunió a 800 estudiantes de primaria y secundaria, que disfrutaron de una singular obra de teatro para niños y jóvenes, *El barrio de las letras*, de la Compañía de Teatro Cuarta Pared, con la actuación estelar de autores como Jordi Sierra i Fabra, Joan Manuel Gisbert, María Isabel Molina, Violeta Monreal, Rafael Ordóñez, Gemma

VII Foro de Industrias Culturales

Pasqual i Escrivà y Sofía Rhei. «Los autores con los maestros» fue el título de la mesa redonda convocada para los docentes. Estaba abierta al público y participaron todos los autores del programa para conversar sobre las peculiaridades de la escritura según la experiencia de cada autor, sus referentes y consejos para los jóvenes lectores y potenciales escritores.

Área de Educación

Programa Liderazgo y Conocimiento Educativo

El objetivo este programa que se inició en 2014, consiste en ofrecer a la extensa comunidad educativa iberoamericana, a través de sus líderes, una información educativa precisa, especializada y significativa, así como abundantes descripciones de experiencias innovadoras y de éxito, que les ayudarán a la mejora de su actividad. La información procederá tanto del acervo de la Fundación como de las principales organizaciones internacionales en materia educativa con las que ha suscrito acuerdos, como son UNESCO, OCDE o el BID, más la que se vaya generando en los seminarios. Su lanzamiento y primera difusión tuvo lugar en el Seminario realizado en Bogotá sobre el uso de la tecnología en la educación.

Durante 2015, el programa ha continuado con su prioridad que es «Tecnología y educación» y ha iniciado otra línea de interés sobre «Liderazgo escolar».

La XXIX Semana de la Educación analizó el papel de la tecnología en la mejora educativa

1. Programa sobre la contribución de la tecnología a la mejora de la educación

Programa desarrollado con la colaboración de UNESCO mediante la redacción de un documento básico que ha sido expuesto y debatido con investigadores, autoridades educativas y docentes en cinco seminarios internacionales celebrados en Bogotá (2014), Sao Paulo (2014), Madrid, Lima y Santiago de Chile, en 2015.

XXIX Semana de la Educación

24, 25, y 26 de febrero, Madrid

Con el título Mejorar la educación: ¿Qué puede aportar la tecnología? en esta edición se analizó el papel de la tecnología en la mejora de la calidad educativa, sin olvidar otros factores como la innovación y el profesorado.

I Semana de la Educación

14-16 de abril de 2015, Lima

Bajo el título «Factores clave para mejorar la educación», destacados expertos e investigadores centraron su análisis en tres ejes temáticos: tecnología para la mejora de la educación; formación docente: contenidos, cambios metodológicos y tecnología; y liderazgo e innovación en la gestión.

Seminario Internacional «Liderança e Inovação na Educação», celebrado en Sao Paulo

I Seminario Internacional de Educación

6 de octubre, Santiago de Chile

La serie de Seminarios sobre Tecnología y Educación iniciados en 2014 en Bogotá, llegó a su fin el pasado 6 de octubre en Santiago de Chile con la celebración del I Seminario Internacional sobre educación, titulado «Mejorar la educación: ¿Qué puede aportar la tecnología?»

Se analizaron aspectos como los cambios metodológicos que el uso de la tecnología requiere; la capacitación, el apoyo y monitoreo del profesorado en el uso de la tecnología; o la conectividad en el medio rural.

2. Programa sobre el fortalecimiento del liderazgo escolar y mejora de la dirección de centros e instituciones educativas

Seminario Internacional sobre liderazgo en los centros educativos: rectores más competentes para escuelas más innovadoras y eficaces

16 de septiembre, Cartagena de Indias

La Fundación reunió al gobierno, organizaciones internacionales, entidades públicas y privadas, expertos latinoamericanos y académicos (participaron 204 rectores de 114 instituciones públicas y privadas), para tomar decisiones sobre el rol del rector en la escuela y las acciones de liderazgo a emprender para mejorar la calidad de la educación.

Seminario Internacional «Liderança e Inovação na Educação»

18 de septiembre, São Paulo

El liderazgo escolar es una cuestión estratégica en la política educativa de muchos países, sin embargo, en América Latina, todavía es un tema poco abordado. Este tema reunió a más de 200 profesionales en este Seminario. El evento fue organizado por la Fundación Santillana y *El País*, patrocinado por la Fundación Telefónica Vivo y con el apoyo de Editora Moderna, UNESCO, CONSED y UNDIME.

Foro Internacional sobre Liderazgo Escolar: Directores más competentes para escuelas más eficaces e innovadoras

23 de noviembre, Ciudad de Panamá

El objetivo de este Foro organizado por el Ministerio de Educación, la Organización de Estados Iberoamericanos, la Universidad de Panamá, la Universidad de Alcalá de Henares de España y la Fundación Santillana, fue aportar información relevante y actualizada sobre el liderazgo educativo, y formular propuestas y programas que incidan en el fortalecimiento del liderazgo y en la mejora de la dirección escolar en Panamá.

Inauguración Fundación Santillana en Perú

14-16 de abril, Lima

La Fundación Santillana inició sus actividades en Lima con el seminario «Factores clave para mejorar la educación», en el marco de la I Semana de la Educación, en colaboración con la Unesco y *El País*. Mario Vargas Llosa y el ministro de Educación de Perú Jaime Saavedra abrieron las jornadas de análisis sobre un sector clave del desarrollo.

Jornada sobre Políticas Educativas

30 de septiembre, Madrid

En esta jornada se presentó el informe de la OCDE, «Política Educativa en Perspectiva 2015: Hacer posibles las reformas».

La presentación corrió a cargo de Diana Toledo Figueroa, analista de la OCDE y Beatriz Pont, del Instituto de Estudios Políticos (Sciences Po) de París, ambas coautoras del informe.

Debate «Políticas Educativas para el futuro de España»

También se celebró el coloquio «Políticas Educativas para el futuro de España», en el que participaron: Sandra Moneo, diputada del Partido Popular; Ángel Gabilondo, catedrático de Filosofía de la UAM; Sandra Mínguez, coordinadora de Educación de Podemos; María Teresa de la Iglesia Vicente, portavoz de Ciudadanos en la Asamblea de Madrid.

Actividades de Impacto Social

1. Maestros de Obra

Este es el cuarto año de apoyo al proyecto de inclusión social del sector de la construcción. Moderna ha donado 600 ejemplares de libros literarios para el desarrollo de las actividades culturales y educativas con los obreros de construcción civil. Los títulos son: *A orquestra Tintim por Tintim*, *Frans Krajcberg y Cidades Brasileiras* y *Do passado ao presente*, que tratan temas como arte, música, medio ambiente, historia y urbanismo.

2. Rutas para la Ciudadanía

Se inició la quinta edición del proyecto de enseñanza de portugués, cultura y ciudadanía a los inmigrantes y refugiados en São Paulo. Tiene cerca de 30 alumnos, la mayoría proveniente del continente africano. Con una duración aproximada de 3 meses, el curso gratuito ofrece, además, «rutas educativas y culturales» para favorecer la integración de los inmigrantes en la sociedad. También reciben orientación acerca de la legislación, derechos y posibilidades de trabajo local.

3. Premio Vivalectura

8 de mayo, Buenos Aires

Este premio es una iniciativa del Ministerio de Educación de la Nación y la Organización de los Estados Iberoamericanos. Cuenta con la cooperación de la Fundación Santillana y su objetivo es recolectar y destacar experiencias que fomenten la lectura. En esta octava edición se han recibido un total de 450 proyectos que representan a todas provincias del país.

4. XXI Premio Santillana

22 de octubre, Colombia

Este año el Premio Santillana convocó a los colegios públicos y privados de Colombia bajo el lema: «Experiencias innovadoras para el desarrollo de competencias TIC en los docentes». El tema se eligió porque el fortalecimiento de las competencias de los docentes es reconocida, a nivel nacional e internacional, como uno de los principales dinamizadores de los procesos de innovación educativa.

5. VI Congreso Santillana Educación de Puerto Rico

Este Congreso reunió, en San Juan, a tres personalidades: Arturo Pérez Reverte, escritor y miembro de la Real Academia Española, quien dictó la conferencia magistral, sobre la decisiva importancia de las lecturas infantiles y juveniles y su contribución al gusto por la lectura y a la mejora de la educación; María Ángeles Álvarez Martínez, catedrática de la Universidad de Alcalá, quien abordó aspectos clave de la enseñanza de la lengua y la literatura; y el catedrático de lingüística de la Universidad de Pensilvania, John Lipski, con una conferencia sobre el español en contextos bilingües.

Promoción y difusión de la cultura y las artes

Desde sus inicios, PRISA lleva a cabo una intensa labor de promoción de la cultura, las artes y el periodismo a través de la convocatoria y difusión de varios de los premios más prestigiosos en lengua española. En el ámbito del periodismo reconoce e impulsa, con los Premios Ondas y los Premios Ortega y Gasset de Periodismo, la labor de los mejores profesionales y trabajos en radio, televisión, Internet, música y publicidad. En el ámbito de la innovación promueve los Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial, con una de las candidaturas que reconoce la responsabilidad social de las empresas.

Premios Ondas

La gala de entrega de los Premios Ondas, que concede PRISA a través de Radio Barcelona, celebra cada noviembre, desde hace más de 60 años, la magia del medio de comunicación que más acompaña nuestras vidas.

La innovación y el talento en el sector audiovisual fueron el hilo conductor de los premios de este año, también tuvieron un papel destacado las trayectorias profesionales de largo recorrido. El valor de la veteranía que representan algunos de los galardonados como la presentadora de informativos de TVE Ana Blanco, Javier del Pino, director de «A vivir que son dos días» de la Cadena Ser o el periodista de Onda Cero Carlos Alsina. El Ondas internacional a la trayectoria periodística fue para el mexicano Jorge Ramos uno de los informadores latinos más influyentes en Estados Unidos.

Raphael recoge el Premio Ondas a su trayectoria, 55 años de carrera musical

La música también estuvo presente, el cantante Raphael recogió el premio a su trayectoria y Fito Cabrales el de artista del año. También se reconoció el buen humor del trabajo de José Mota, uno de los cómicos más innovadores en su género. También se reconoció a presentadores como Iker Jiménez, o Manel Fuentes; series como *El Ministerio del Tiempo* (TVE); las actrices de la serie *Vis a Vis* (Antena 3); o la cantante de fados Mariza, que fue mención especial del jurado, entre otros, en un gala presentada por Pepa Bueno y Jaime Cantizano.

Premios Ortega y Gasset de Periodismo

Creados por el diario *El País*, llevan el nombre del filósofo y periodista español y son, desde hace 32 años, la celebración del mejor periodismo en español. En un momento en el que el oficio está salpicado por la incertidumbre de una industria en plena transformación tecnológica y en el que los cambios están haciendo temblar las viejas estructuras, este encuentro sirve para reivindicar el periodismo más libre y valiente. Un periodismo que mira al futuro, en uno de los mayores desafíos que se han conocido en décadas.

En su XXXII edición, los premios recayeron en Pedro Simón y Alberto Di Lolli, por la serie de reportajes «La España del despilfarro», publicada en el diario *El Mundo*, por el enfoque novedoso de una temática recurrente; Gerardo Reyes, premio de periodismo digital por el especial *Los nuevos narcotesoros*, sobre las mafias de la minería en Latinoamérica, difundido en la web de Univisión; y José Palazón, por su fotografía de la valla de Melilla en la que se ve a varios inmigrantes tratando de saltar la verja mientras unas personas juegan al golf.

El premio a la trayectoria profesional fue para Teodoro Petkoff, símbolo de la resistencia democrática en el periodismo de Venezuela y fundador del diario *Tal Cual*, una referencia política e informativa en favor de la libertad de expresión.

El jurado estuvo formado por Carles Francino, director de «La Ventana» de Cadena Ser; Félix de Azúa, escritor; Carmen Iglesias, directora de la Real Academia de Historia; Ainhoa Grandes, directora general de la Fundación MACBA; Juan Luis Cebrián, presidente de *El País*; Javier Moreno, director editorial de PRISA, y Antonio Caño, director de *El País*. Como secretario, sin derecho a voto, ejerció Pedro Zuazua, director de comunicación de PRISA Noticias.

Teodoro Petkoff recibió el Premio Ortega y Gasset de Periodismo en 2015

Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial

Estos premios, nacidos en 2008 para celebrar los 30 años del diario decano de la información económica, han distinguido desde su creación a 24 compañías comprometidas con la promoción de la I+D+i contribuyendo, asimismo, a hacer visible su esfuerzo por mejorar procesos, productos y servicios. Todas ellas forman parte de un tejido empresarial que se esfuerza por sacar al mercado productos y servicios de alto contenido innovador.

En su edición de 2015, Ferrovial se impuso como la compañía con el mejor proyecto de responsabilidad social corporativa, gracias al desarrollo de infraestructuras para facilitar el acceso a una necesidad básica como es el agua potable en distintas zonas de África y América Latina.

La compañía valenciana Sistemas Genómicos fue reconocida en la categoría de nuevas tecnologías de la mano de GeneProfile y GeneSGKit, capaces de diagnosticar con precisión y de manera poco costosa enfermedades hasta entonces difícilmente detectables.

El Premio a la acción empresarial más innovadora ligada al mundo universitario fue para Torusware, surgido de la Universidad de A Coruña, por el desarrollo de una tecnología que permite una navegación más rápida por internet .

El jurado de esta edición estuvo formado por Inés Juste, presidenta de la Asociación de la Empresa Familiar y presidenta de Grupo Juste, que ha ejercido como presidenta del jurado; José Carlos Díez, economista; Efrén Miranda, presidente del Club del Emprendimiento; Javier Moreno, director editorial del Grupo PRISA; Jorge Rivera, director de *Cinco Días*; y Pedro Zuazua Gil, director de comunicación de PRISA Noticias, que ejerció como secretario sin derecho a voto.

La edición 2015 de los Premios Cinco Días a la Innovación Empresarial

5

Anexos

Ámbito y alcance de este Informe

Correlación de indicadores con la Guía GRI-G4 y con los Principios del Pacto Mundial

Información de contacto

5

Anexos

Ámbito y alcance de este Informe

El presente Informe de Sostenibilidad refleja, de forma transparente y fiel, el grado de desarrollo de las actuaciones y compromisos de PRISA en los ámbitos económico, social y medioambiental durante el ejercicio 2015, dando continuidad a las presentadas en los ocho años anteriores. Los datos que se presentan reflejan la totalidad de las actividades desarrolladas por las sociedades de PRISA en los países en los que opera con las excepciones que se identifican en las tablas con indicadores GRI anexas. Las informaciones se presentan mediante datos agregados (a nivel de grupo) o desagregados (por sociedades) dependiendo de la naturaleza de la información, para facilitar la comprensión por los lectores.

El Informe de Sostenibilidad recoge información de las unidades de negocio del Grupo, PRISA Noticias, PRISA Radio, PRISA Audiovisual y SANTILLANA en los mercados en los que está presente.

Al igual que en años anteriores, PRISA ha tenido en cuenta los Principios del Pacto Mundial y ha seguido las recomendaciones de la *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad* del Global Reporting InitiativeTM, como base para la presentación y redacción de la información relativa a nuestra actividad. En 2015 ya se elaboró el Informe de Sostenibilidad atendiendo a los criterios establecidos por la nueva guía GRI G4 en su nivel *comprehensive* o de conformidad exhaustiva, lo que garantiza que el contenido del mismo trata los asuntos más relevantes para los grupos de interés.

Para determinar los contenidos del Informe de Sostenibilidad de 2016, también se han tenido como base tres aspectos generales.

- Reuniones de trabajo de la Dirección de Comunicación para discutir los temas más relevantes.
- Auditoría interna de RSE.

- *Benchmarking* de otras empresas del sector, tanto nacionales como internacionales.

Los resultados mostrados se refieren al ejercicio 2015, aunque en algunos casos se muestra la evolución de resultados desde años anteriores por considerar representativo este desarrollo comparativo. Con todo ello, esperamos que el Informe de Sostenibilidad de 2016 resulte satisfactorio a todos los lectores, pero como siempre invitamos a participar activamente a través de un canal permanentemente abierto para sugerencias y comentarios de mejora en la página web del grupo www.prisa.com.

Principios de elaboración del Informe de Sostenibilidad

El Informe de Sostenibilidad ofrece una información fiable y equilibrada sobre el desempeño de PRISA en los principales desafíos que plantea el concepto de responsabilidad social.

Conforme a las directrices establecidas por la Global Reporting Initiative TM, el contenido de esta memoria refleja los siguientes principios:

Materialidad

La información que contiene cubre los aspectos que reflejan los impactos significativos del grupo a nivel social, medioambiental y económico. Aspectos que influyen de manera sustancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés.

Para conseguir este objetivo se ha realizado una identificación y categorización de los asuntos relevantes para PRISA a través de la comparación de la madurez de los mismos en el sector, y los riesgos que éstos representan para cada una de nuestras sociedades.

Participación de los grupos de interés

Se encuentran identificados y claramente relacionados con la actividad de PRISA. La compañía trata de satisfacer las demandas y necesidades de estos grupos a través de la mejora y mantenimiento de la calidad de sus productos y actuaciones. Las expectativas y los intereses razonables de los grupos de interés son una referencia básica para muchas de las decisiones que se toman al elaborar la memoria.

Contexto de sostenibilidad

El Informe presenta el desempeño de la compañía en el contexto más amplio de la sostenibilidad y refleja cómo contribuye con acciones en materia ambiental, social y económica.

Exhaustividad

Esta memoria aborda los aspectos materiales y su cobertura de modo que refleja sus efectos significativos tanto económicos, ambientales como sociales en el periodo analizado correspondiente al ejercicio 2015.

Equilibrio

Refleja tanto los aspectos positivos como los negativos del desempeño de la organización a fin de propiciar una evaluación bien fundamentada sobre el desempeño general.

Comparabilidad

La información se presenta de tal forma que los grupos de interés puedan analizar la evolución del desempeño de la organización, y que incluso se pueda analizar con respecto al de otras organizaciones.

Precisión

La información sobre el enfoque de gestión y los indicadores de carácter económico, ambiental y social se presentan de manera lo suficientemente precisa y pormenorizada como para que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización.

Puntualidad

Este Informe da continuidad a los presentados en las mismas fechas en años anteriores.

Claridad

El contenido se presenta de forma comprensible para los grupos de interés a los que se dirige de manera que puedan acceder a la información y comprenderla adecuadamente.

Fiabilidad

Este Informe reúne, analiza y divulga la información y los procesos que se siguen para su elaboración de modo que se pueda someter a evaluación y se establezcan la calidad y la materialidad.

Cambios significativos durante el periodo cubierto por el Informe de Sostenibilidad en el tamaño, estructura y propiedad de la organización

- PRISA vuelve a la rentabilidad con un resultado neto de más de 5 millones de euros y cancela deuda por valor de 922 millones de euros en 2015, cumpliendo sus compromisos financieros con un año de antelación.
- Fernando Martínez Albacete es el nuevo director general financiero (CFO) de PRISA.
- PRISA refuerza la transformación de negocio y modelo comercial con los nombramientos de Noelia Fernández como directora general de Desarrollo de Negocio y Transformación Digital de PRISA y de Antonio Alonso como Chief Revenue Officer.
- El Foro Ecuménico y Social reconoce a PRISA con el Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas, por su compromiso con la RSE y por reportar de acuerdo a criterios GRI-G4 con un año de antelación a la norma.
- La UNESCO y PRISA firman un acuerdo marco de cooperación para promover la libertad de expresión, la libertad de prensa, la seguridad de los periodistas, y la mejora de la educación en Latinoamérica.
- Ampliación de capital de 64 millones de euros suscrita por International Media Group a cambio del 8,2% del capital de PRISA.
- Cambios en el Consejo de Administración de PRISA con la incorporación de los dominicales: Khalid Thani Abdullah Al Thani, presidente de International Media Group, y Joseph Oughourlian, CEO de Amber Capital.
- PRISA cierra la venta de Canal+ (DTS) en abril de 2015 por un precio final de 724 millones de euros.

Correlación de indicadores con la Guía GRI-G4 y con los Principios del Pacto Mundial

El Informe de Sostenibilidad 2016 de PRISA ha sido elaborado atendiendo a los criterios establecidos por la guía GRI G.4 en su nivel **Comprehensive** o de conformidad exhaustiva. Detallamos en la siguiente tabla dónde se han tratado los indicadores de la guía GRI G.4.

Red Pacto Mundial España

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES GRI G4		
GRI (G4)	**Ámbito**	
	Estrategia y análisis	
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupe el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordar dicha cuestión.	Incluimos declaración de Juan Luis Cebrián,presidente ejecutivo de PRISA, al inicio del Informe.
G4-2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	50, 72,73
	Perfil de la organización	
G4-3	Nombre de la organización.	14
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.	18-33
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede de la organización.	142
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos de sostenibilidad objeto de la memoria.	14
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y forma jurídica.	55-56, CCAA (pag 1) e IAGC (pag 2)
G4-8	Indique a qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	14, 18-47

G4-9	Determine la escala de la organización, indicando: • número de empleados. • número de operaciones. • ventas netas o ingresos netos. • capitalización, desglosada en términos de deuda y patrimonio (para las organizaciones del sector privado). • y cantidad de productos o servicios que se ofrecen.	14, 34-47, 78
G4-10	a. Número de empleados por contrato laboral y sexo. b. Número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo. c. Tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores contratados y sexo. d. Tamaño de la plantilla por región y sexo. e. Indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores contratados, tales como los empleados y los empleados subcontratados por los contratistas. f. Comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores.	77-78
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	80-81
G4-12	Describa la cadena de suministro de la organización.	91-93
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización.	93
	Participación en iniciativas externas	
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	15-16, 49-52
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	52-54, 63, 99-119
G4-16	Elabore una lista de las asociaciones y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece y en las cuales: • Ostente un cargo en el órgano de gobierno. • Participe en proyectos o comités. • Realice una aportación de fondos notable, además de las cuotas de membresía obligatorias. • Considere que ser miembro es una decisión estratégica.	52-54, 99-119
	Aspectos materiales y cobertura	
G4-17	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	122-123 IG (pag 1-3)
G4-18	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada Aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el Contenido de la memoria.	122-124

G4-19	Elabore una lista de los Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	123
G4-20	Indique la Cobertura dentro de la organización de cada Aspecto material.	122-124
G4-21	Indique la Cobertura fuera de la organización de cada Aspecto material.	122-124
G4-22	Describa las consecuencias de las reformulaciones de la información facilitada en memorias anteriores y sus causas.	122-124
G4-23	Señale todo cambio significativo en el Alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	122-124
	Participación de los grupos de interés	
G4-24	Listado de los grupos de interés vinculados a la organización.	70-71
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	70-71, 123
G4-26	Describa el enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés, incluida la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	70-71, 123
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	70-71
	Perfil de la memoria	
G4-28	Periodo objeto de la memoria (por ejemplo, año fiscal o año calendario).	122-124
G4-29	Fecha de la última memoria (si procede).	122-124
G4-30	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	122-124
G4-31	Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir en relación con el contenido de la memoria.	142
	Índice de GRI	
G4-32	a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al informe de Verificación externa si la memoria se ha sometido a tal verificación.	122-123
	Verificación	
G4-33	a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	122-124

Gobierno		
G4-34	Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	48-50 IAGC (pag 10-35)
G4-35	Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad a la alta dirección y a determinados empleados en cuestiones de índole económica, ambiental y social.	El Consejo de Administración del Grupo ha atribuido la supervisión de la política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) al Comité de Gobierno Corporativo.
G4-36	Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	IAGC (pag 11-13) El Presidente del Consejo tiene asignadas las funciones ejecutivas que se detallan en al art.11 del Reglamento del Consejo y cuenta con un Consejero Delegado que es su principal colaborador y responsable en la gestión ordinaria de los negocios. Los altos directivos son nombrados por el Consejo - previo informe del Comité de Nombramientos y Retribuciones- tienen también responsabilidad en cuestiones económicas, sociales y ambientales.
G4-37	Desc riba los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.	48-50
G4-38	Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	48-50 IAGC (pag 10-35)
G4-39	Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	El Presidente del Consejo tiene asignadas las funciones ejecutivas que pueden consultarse en el art-11 del Reglamento del Consejo.
G4-40	Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	Los procesos de selección y nombramiento de Consejeros están regulados en los Estatutos y en el Reglamento del Consejo de la compañía y pueden consultarse en el IAGC. En 2015 se ha aprobado una «Política de selección de Consejeros» que asegura que las propuestas de selección se fundamenten en un análisis previo de las necesidades del Consejo, favoreciendo, al mismo tiempo, la diversidad de concocimientos, experiencias y género en su composición.
G4-41	Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a los grupos de interés.	IAGC (pag 38) y Reglamento del Consejo (artículo 38)

Papel del órgano superior de gobierno a la hora de establecer los propósitos, los valores y la estrategia de la organización		
G4-42	Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	48-52 Informe Anual de Gobierno Corporativo. Reglamento del Consejo.
Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno		
G4-43	Señale qué medidas se han adoptado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	En sentido estricto, durante el ejercicio 2015 no se ha impartido formación en relación a asuntos económicos, sociales y ambientales a los miembros del Consejo.
G4-44	a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	IAGC (pag 22-23) El Consejo de Administración realiza una evaluación anual del funcionamiento del Consejo y sus Comités. La evaluación contempla no sólo aspectos organizativos de dichos órganos sino también cuestiones de gobierno corporativo y aspectos relacionados cn la planificación estratégica, operativa y financiera. El Comité de Gobierno Corporativo presenta al Consejo un informe para dicha evaluación y, en su caso, un plan de acción que corrija las deficiencias detectadas.
Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo		
G4-45	a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	50 Informe Anual de Gobierno Corporativo (apartados E y F), Informe Anual de actividades del Comité de Auditoría El máximo órgano de gobierno, para cada riesgo o impacto identificado, aporta su valoración y determina e instruye al Comité y a los primeros ejecutivos de la Compañía acerca de las medidas necesarias para mitigar y reducir los riesgos, con carácter preventivo, o para el caso de que se materialicen.
G4-46	Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	
G4-47	Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de índole económica, ambiental y social.	
Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad		
G4-48	Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	48-50 El Informe es aprobado por el Consejo de Administración a propuesta del Comité de Gobierno Corporativo”.
Funciones del órgano superior de gobierno en la evaluación del desempeño económico, ambiental y social		
G4-49	Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	50

G4-50	Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.	50
	Retribución e incentivos	
G4-51	a. Describa las políticas de remuneración para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. b. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	La política de remuneraciones del Consejo y sus Comités, así como los criterios relativos al desempeño y su relación, en su caso, con objetivos económicos, ambientales y sociales de la Compañía y, en general, los procesos para determinar la remuneración del máximo órgano de gobierno se detallan en el Informe Anual de remuneraciones de los Consejeros. En la última Junta General de Accionistas de 2015 se procedió a la votación - con carácer consultivo- del Informe anual sobre Remuneraciones de los Consejeros. La política de retribuciones así aprobada tiene una vigencia de 3 años. En cuanto a la alta dirección, las remuneración se componen de retribución fija, variable a corto plazo (bono) –que es en metálico- y variable a largo plazo (ILP), –que es parte en metálico y parte en acciones de PRISA-. El bono efectivo percibido depende tanto de variables de negocio como de una consecución cualitativa que se determina mediante un sistema de Evaluación del Desempeño. Tanto Bono como ILP se rigen por un Reglamento.
G4-52	Describa los procesos mediante los cuales se determina la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	
G4-53	Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	
G4-54	Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	Estos Indicadores no han sido reportados en este Informe. PRISA publica en el Informe Anual de Buenas Prácticas Retributivas la retribución de sus Consejeros y de la Alta Dirección.
G4-55	Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	
	ÉTICA E INTEGRIDAD	
G4-56	Describa los valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	51-52
G4-57	Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para consultar los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	51-52
G4-58	Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	51-52 En 2015 se han recibido 9 denuncias (13 en 2014), de las cuales: • 2 denuncias provenían de empleados y el resto de terceros vinculados al Grupo (oyentes de la radio y lectores de El País fundamentalmente). • En 4 de las denuncias se ha realizado un análisis y se han tomado medidas correctoras. El resto de las denuncias no eran relevantes o no procedía realizar actuación alguna. • Las principales denuncias provenían de un tercero sobre un periodista de El País y una denuncia de acoso laboral presentada por un trabajador despedido.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI G4

Aspectos materiales identificados	Cobertura del Aspecto Material	GRI (G4)	Ámbito	Página / Omisión	Alcance
Dimensión económica					
Desempeño económico					
Creación de valor sostenible para nuestros grupos de interés.	Mixto	G4-EC1*	Valor económico directo generado y distribuido.		Grupo
		G4-EC2	Consecuencias económicas y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que se derivan del cambio climático.	94-98	Grupo
		G4-EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización derivadas de su plan de prestaciones.	83-85	Grupo
		G4-EC4	Ayudas económicas otorgadas por entes del gobierno.	PRISA cuenta con formación bonificada para sus empleados en España.	
		M1	Financiación y otros apoyos significativos recibidos de fuentes no gubernamentales.	CCAA (pág. 49-58)	
Presencia en el mercado					
Gestión responsable de nuestros profesionales.	Interno	G4-EC5	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	80	Grupo (1)
		G4-EC6	Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.	81	Grupo (1)
Consecuencias económicas indirectas					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad.	Externo	G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	99-119	Grupo
		G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	99-119	Grupo

* Indicador G4-EC1 PRISA

Millones €	2015	2014
Valor Económico Generado	**1.449,65**	**-501,21**
Ingresos de explotación.[a]	1.374,06	1.454,73
Ingresos financieros.	74,12	210,89
Resultado por el método de participación y otras inversiones.	4,16	36,17
Resultado después de impuestos de las actividades interrumpidas.	-2,68	-2.203,00
Valor Económico Distribuido	**1.321,05**	**1.639,63**
Consumos.[b]	712,35	837,23
Gastos de personal.	412,77	433,24
Gastos financieros.	170,60	236,55
Impuesto sobre sociedades.[c]	25,32	132,61
Dividendos.	-	-
Valor Económico Retenido (Valor económico generado menos el distribuido)	**128,60**	**-2.140,85**

(a) Incluye el Importe neto de la cifra de negocios más Otros ingresos.

(b) Incluye los epígrafes de Consumos y Gastos de Servicios exteriores de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias.

(c) Incluye exclusivamente el gasto por Impuesto sobre Beneficios y los tributos contabilizados en el ejercicio.

Prácticas de adquisición					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad.	Externo	G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	91-93	Grupo
Dimensión ambiental					
Materiales					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN1	Materiales utilizados por peso o volumen.	94-96	Grupo
		G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados (papel).	94-96	Grupo
Energía					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN3	Consumo energético interno.	96	Grupo
		G4-EN4	Consumo energético externo.	96-97	N.A.
		G4-EN5	Intensidad energética.	96	Grupo
		G4-EN6	Reducción del consumo energético.	96	Grupo
		G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	No material	N.A.
Agua					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	96	Grupo
		G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No material	N.A.
		G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No material	N.A.
Biodiversidad					
No material.		G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contengan o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	PRISA tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	N.A.
		G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	PRISA tiene sus sedes en terrenos urbanos, por tanto, no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	N.A.
		G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No material	N.A.
		G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la uicn y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	No material	N.A.

Emisiones					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (alcance 1).	96-97	Grupo
		G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (alcance 2).	96-97	Grupo
		G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (alcance 3).	96-97	Grupo
		G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	97	Grupo
		G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	96-97	Grupo
		G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	No material	N.A.
		G4-EN21	Nox, sox y otras emisiones atmosféricas significativas.	No material	N.A.
Efluentes y residuos					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN22	Vertido total de aguas, según su calidad y destino.	No material	N.A.
		G4-EN23	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	97-98	Grupo
		G4-EN24	Número y volumen totales de los derrames significativos.	No material	N.A.
		G4-EN25	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos en virtud de los anexos i, ii, iii y viii del convenio de basilea2, y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No material	N.A.
		G4-EN26	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentia procedentes de la organización.	No material	N.A.
Productos y servicios					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN27	Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	94-96	Grupo (2)
		G4-EN28	Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	Durante el ejercicio 2015 no se han identificado iniciativas en este sentido.	Grupo
Cumplimiento regulatorio					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN29	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	No se ha producido ninguna multa ni sanción significativa po incumplimiento de la normativa ambiental.	Grupo
Transporte					
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	G4-EN30	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	96-97	Grupo

Inversiones y gastos ambientales					
No material.	-	G4-EN31	Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	No material	N.A.
Evaluación ambiental de los proveedores					
Gestión responsable de los recursos ambientales.	Mixto	G4-EN32	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	94	Grupo
		G4-EN33	Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	91-94	Grupo
Mecanismos de reclamación en materia ambiental					
No material.	-	G4-EN34	Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	No material	N.A.
Dimensión social					
Prácticas laborales y trabajo digno					
Empleo					
Gestión responsable de nuestros profesionales.	Interno	G4-LA1	Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	77-79	Grupo
		G4-LA2	Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	83-85	Grupo
		G4-LA3	Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	85-86	Grupo
Relaciones entre los trabajadores y la dirección					
Gestión responsable de nuestros profesionales.	Interno	G4-LA4	Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en los convenios colectivos.	81	Grupo
Salud y seguridad en el trabajo					
Gestión responsable de nuestros profesionales.	Mixto	G4-LA5	Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	85-86	Grupo (3)
		G4-LA6	Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	85-86	Grupo
		G4-LA7	Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevados de enfermedad.	No se han identificado profesiones con un riesgo elevado de enfermedad.	Grupo
		G4-LA8	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con los sindicatos.	85-86	Grupo

Capacitación y educación					
Gestión del talento.	Interno	G4-LA9	Promedio de horas de formación al año por empleado, por género y por categoría de empleado.	El promedio de horas de formación es de 4 horas/persona. La disminución de las horas de formación se debe a la venta del negocio de televisión de pago, Canal+.	Grupo
		G4-LA10	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	77	Grupo
		G4-LA11	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional.	82	Grupo
Diversidad e igualdad de oportunidades					
Igualdad de oportunidades.	Interno	G4-LA12	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	77-78, 83-85	Grupo
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres					
Igualdad de oportunidades.	Interno	G4-LA13	Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosada por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	El salario base viene determinado en los distintos convenios colectivos de aplicación a las empresas del Grupo y no es diferente según sea hombre o mujer.	Grupo
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores					
Control y gestión de los riesgos.	Interno	G4-LA14	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	94	Grupo
		G4-LA15	Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	90-94	Grupo
Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales					
Control y gestión de los riesgos.	Interno	G4-LA16	Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	83 CCAA (pág. 59)	Grupo
Derechos humanos					
Inversión					
Gestión ética.	Mixto	G4-HR1	Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	No material	N.A.
		G4-HR2	Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	Teniendo en cuenta el sector de actividad del Grupo PRISA no se considera prioritaria la formación relativa a los Derechos Humanos, si bien el Grupo pone a disposición de todos sus empleados el Código de Conducta donde se recogen los principios básicos de actuación de los mismos.	Grupo

No discriminación					
Igualdad de oportunidades.	Mixto	G4-HR3	Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	83	Grupo
Libertad de asociación y negociación colectiva					
Respeto de los Derechos Humanos.	Mixto	G4-HR4	Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	92-94	Grupo
Trabajo infantil					
Respeto de los Derechos Humanos.	Mixto	G4-HR5	Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	92-94	Grupo
Trabajo forzoso					
Respeto de los Derechos Humanos.	Mixto	G4-HR6	Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	92-94	Grupo
Medidas de seguridad					
Respeto de los Derechos Humanos.	Mixto	G4-HR7	Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	En aquellos países en los que existe personal de seguridad éste es subcontratado a terceros. PRISA está avanzando para poder reportar esta información en próximos ejercicios.	N.A.
Derechos de la población indígena					
No material.	-	G4-HR8	Número de casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	No material	N.A.
Evaluación					
No material.	-	G4-HR9	Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	No material	N.A.
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos					
Respeto de los Derechos Humanos.	Mixto	G4-HR10	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	94	Grupo
		G4-HR11	Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	91-94	Grupo
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos					
Respeto de los Derechos Humanos.	Mixto	G4-HR12	Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	83	Grupo

Sociedad					
Comunidades locales					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad.	Mixto	G4-SO1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	99-119	Grupo
		G4-SO2	Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	No material	N.A.
Lucha contra la corrupción					
Cumplimiento regulatorio.	Mixto	G4-SO3	Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	51-52 Durante el ejercicio no se ha identificado ningún incidente de corrupción ni riesgos significativos en la materia.	Grupo
		G4-SO4	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.		Grupo
		G4-SO5	Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.		Grupo
Política pública					
Cumplimiento regulatorio.	Mixto	G4-SO6	Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	Las relaciones con las autoridades y Administraciones Públicas están recogidas en el Código Ético del Grupo. Durante 2015 PRISA no ha realizado contribuciones de naturaleza política ya sean monetarias o en especie.	Grupo
Prácticas de competencia desleal					
Cumplimiento regulatorio.	Mixto	G4-SO7	Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	CCAA (pag 94-96)	Grupo
Cumplimiento regulatorio					
Cumplimiento regulatorio.	Mixto	G4-SO8	Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	CCAA (pag 94-96)	Grupo
Evaluación de la repercusión social de los proveedores					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad.	Mixto	G4-SO9	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	94	Grupo
		G4-SO10	Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	90-94	Grupo
Mecanismos de reclamación por impacto social					
Cumplimiento regulatorio.	Mixto	G4-SO11	Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	83	Grupo

Responsabilidad Sobre Productos					
Salud y seguridad de los clientes					
No material	-	G4-PR1	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	No material	N.A.
		G4-PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	No material	N.A.
Etiquetado de los productos y servicios					
Comunicación honesta y rigurosa	Mixto	G4-PR3	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.	74-75	Grupo
		G4-PR4	Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	50-52	Grupo
		G4-PR5	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	PRISA y sus unidades de negocio realizan periódicamente encuestas de satisfacción a sus usuarios y oyentes.	Grupo (2)
Comunicaciones de Mercadotecnia					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	G4-PR6	Venta de productos prohibidos o en litigio.	PRISA no comercializa ningún producto prohibido o en litigio.	Grupo
		G4-PR7	Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	CCAA (pag 94-96)	Grupo
Privacidad de los clientes					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	G4-PR8	Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	CCAA (pag 94-96)	Grupo
Cumplimiento regulatorio					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	G4-PR9	Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	CCAA (pag 94-96)	Grupo
Creación de contenido					
Comunicación honesta y rigurosa	Mixto	M2	Metodología empleada para evaluar y monitorizar la adhesión a valores de creación de contenido.	74-75	Grupo
		M3	Acciones tomadas para mejorar la adhesión a los valores de creación de contenido y resultados obtenidos.	74-75	Grupo

Divulgación de contenido					
Comunicación honesta y rigurosa.	Mixto	M4	Acciones tomadas para mejorar el desempeño en realción a aspectos de divulgación de contenido (accesibilidad, protección de públicos vulnerables y toma informada de decisiones) y resultados obtenidos.	74-75, 87-90	Grupo
		M5	Número y naturaleza de las respuestas (opiniones y quejas) relacionadas con la divulgación de contenido, incluyendo la protección de públicos vulnerables y toma informada de decisiones y accesibilidad, y procesos para dar respuesta.	50-52	Grupo
Interacción con el público					
Transformación digital.	Mixto	M6	Métodos para interaccionar con la audiencia y resultados obtenidos.	37-47, 70-71	Grupo
Alfabetización mediática					
Comunicación honesta y rigurosa.	Mixto	M7	Acciones tomadas para capacitar a la audiencia a través del desarrollo de iniciativas de alfabetización y resultados obtenidos.	102-119	Grupo

CCAA: Cuentas Anuales Consolidadas de 2015.

IAGC: Informe Anual de Gobierno Corporativo de 2015

IG: Informe de Gestión 2015.

(1) No incluye información relativa al negocio completo de Radio.

(2) Se informa de manera cualitativa.

(3) Se informa exclusivamente del Grupo en España.

CORRELACIÓN DE INDICADORES CON LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL		
Principio	**Ámbito**	**Página**
1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Diagnóstico	15-17, 49-52, 62-67,70, 99-116,123-124
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.	Diagnóstico	15-17, 49-52
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación.	Diagnóstico	76-86
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Diagnóstico	76-86, 90-97
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	Diagnóstico	15-17, 49-52, 62-67,70, 99-116,123-124
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	Diagnóstico	62-63, 76-86
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	

7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Diagnóstico	62-63, 90-98, 99-101
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	Diagnóstico	62-63, 90-98, 99-101
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Diagnóstico	62-63, 90-98, 99-101
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.	Diagnóstico	48-54
	Políticas	
	Acciones	
	Seguimiento y medición de impactos	

Información de contacto

PRISA

Promotora de Informaciones, S.A.

www.prisa.com

Gran Vía, 32

28013 Madrid

(España)

Tel: +34 913 301 000

Fax +34 913 301 038

facebook.com/prisa

twitter.com/prisa

plus.google.com/s/prisa

linkedin.com/company/prisa

instagram.com/grupoprisa

Dirección de Comunicación

Tel.: +34 913 301 079 / 093
Fax: +34 913 301 038
e-mail: comunicacion@prisa.com

Oficina de Relación con Inversores

Tel.: +34 913 301 085
Fax: +34 913 301 088
e-mail: ir@prisa.com

Oficina de Atención al Accionista

Tel.: +34 913 301 168
Fax: +34 913 301 070
e-mail: ia@prisa.com

SANTILLANA

Avda. de los Artesanos, 6
28760 Tres Cantos. Madrid (España)
Tel: +34 917 449 060

PRISA Radio

Gran Vía, 32
28013 Madrid (España)
Tel: +91 913 477 700

PRISA Noticias

Miguel Yuste, 40
28037 Madrid (España)
Tel: +34 913 378 200

PRISA Audiovisual

Avda. de los Artesanos, 6
28760 Tres Cantos. Madrid (España)
Tel: +34 917 367 000

www.prisa.com

Gran Vía, 32
28013 Madrid
(España)

Tel: +34 913 301 000
Fax: +34 913 301 038
Facebook.com/prisa
Twitter.com/prisa
Plus.google.com/s/prisa
Linkedin.com/company/prisa
Instagram.com/grupoprisa