Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2018

PRISA

Carta del Presidente

ESTIMADOS AMIGOS:

En esta primera carta como presidente de PRISA quiero destacar la relevancia del momento que vive el Grupo y sus buenas perspectivas de futuro. Abrimos una nueva etapa en 2018 tras casi una década de crisis económica mundial y profundas dificultades para los sectores y áreas geográficas en las que estamos presentes, lo que ha requerido de importantes esfuerzos y sacrificios de nuestros accionistas y empleados, pero que han sido imprescindibles para vislumbrar por fin la necesaria estabilidad financiera que nos permitirá impulsar el desarrollo de la compañía en el largo plazo.

PRISA tiene un sólido proyecto de futuro basado en el talento profesional y en el compromiso con la defensa de los valores democráticos de libertad e igualdad, imprescindibles para afrontar los retos de nuestra sociedad, inmersa en un ecosistema digital de confusión, noticias falsas y posverdad.

Nuestra compañía es referente de prestigio en toda Iberoamérica por la creación y distribución de contenidos culturales y educativos de calidad que tiene la vocación de aportar garantías de desarrollo y progreso en las sociedades en las que opera. Desde sus orígenes, viene desarrollando una intensa acción social y cultural coherente con su modelo de gestión al tiempo que destaca en la divulgación y concienciación sobre asuntos sociales y de desarrollo sostenible. Todo ello ha hecho que sea reconocida y destacada por su labor en responsabilidad social empresarial en repetidas ocasiones, y que participe activamente en las principales plataformas sociales, organizaciones e instituciones como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, cuyo Comité Ejecutivo integra desde su Red Española.

Los principios de nuestra actividad están vinculados a la creación de valor y al servicio al ciudadano. Valor para nuestros accionistas, nuestros clientes y nuestros usuarios, nuestros empleados y la sociedad en general. Esta innovación constante se evidencia en el crecimiento de las audiencias de nuestros medios y en el excelente desarrollo de nuestros sistemas de educación en Iberoamérica.

Estoy convencido de que PRISA tiene un futuro a la altura de su prestigio y legado institucional, y por ello quiero agradecer a todos y cada uno de cuantos forman parte de la compañía su inestimable contribución, su esfuerzo y compromiso, que serán imprescindibles en esta nueva etapa decisiva para el Grupo. Estoy seguro de que lo conseguiremos gracias a su talento e ilusión.

Un saludo,

Manuel Polanco

Presidente de PRISA

Carta del Consejero delegado

ESTIMADOS AMIGOS:

Como Consejero delegado de PRISA quiero poner en valor el presente y el futuro del Grupo. En 2017, afrontó la recta final de la refinanciación de su deuda financiera y puso en marcha una importante ampliación de capital. Todo ello se ha materializado, tal y como teníamos previsto, en el inicio de 2018, lo que nos permite afirmar que hemos conseguido la necesaria estabilidad financiera para poder centrar el equipo de gestión en el desarrollo y expansión de nuestros negocios, que, a pesar de haber atravesado profundas transformaciones, han continuado liderando todos los segmentos de mercado y creciendo en audiencias y prestigio.

El equipo gestor de PRISA tiene ante sí el reto de que 2018 sea un año muy relevante en la vida del Grupo. Y para ello, cuenta con unos activos de extraordinaria calidad.

Santillana es un ejemplo de innovación y fortaleza. Su modelo de negocio equilibra perfectamente el dominio del sector educativo, liderando prácticamente toda Iberoamérica tanto con los productos tradicionales como con los nuevos sistemas de enseñanza digital, con un abanico de contenidos que ofrece todas las herramientas necesarias para las nuevas exigencias de la comunidad educativa en español y portugués.

El País, que en 2017 alcanzó el récord de 100 millones de navegadores únicos, está liderando la transformación digital de la prensa al tiempo que reforzó sus valores diferenciales de compromiso social e impulso de la democracia representativa.

Otro ejemplo de éxito es el ambicioso plan de expansión internacional de *As*, que, con sus 50 años de prestigio, se ha convertido en la gran referencia de la información deportiva tanto en España como en América Latina, con sus potentes redacciones en Colombia, México, Chile o Argentina.

El negocio de la radio no es menos destacable. Nuestras emisoras están repartidas en 13 países con las marcas más prestigiosas en información, música y deporte. La radio informativa de PRISA es líder indiscutible en España, Colombia y Chile. Las fórmulas musicales ocupan posiciones de privilegio en España y América Latina, como LOS40 que no conoce fronteras y es la firma musical más prestigiosa de la radio y los conciertos en español.

En esta etapa que afrontamos vamos a centrar nuestro esfuerzo en la monetización de nuestras audiencias y en impulsar aún más la expansión internacional, así como en construir contenidos y proyectos de alto valor añadido para nuestros clientes y anunciantes. Contamos con el mejor equipo profesional, el *know how* y las marcas más prestigiosas, lo que nos sitúa en las mejores condiciones para liderar el mercado global de la información, la educación y el entretenimiento en español y portugués.

Un saludo,

Manuel Mirat

Consejero delegado de PRISA

ÍNDICE

Panorama de un año

PRISA, un grupo global

015 Misión, visión y valores
019 Áreas de negocio
034 Principales magnitudes
044 Gobierno corporativo
055 Accionistas e inversores

Compromisos y retos de futuro

La sostenibilidad en PRISA

070 Introducción
071 Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés
072 Análisis de materialidad
074 Nuestra estrategia de sostenibilidad:
076 • Creación y distribución de contenidos
079 • Gestión responsable:
079 • de nuestros profesionales
089 • de nuestros usuarios y la transformación digital
091 • de la comunicación
092 • de nuestros proveedores
096 • del medioambiente
100 • Acción social, cultural y medioambiental

ANEXOS

118 Ámbito y alcance de este Informe
121 Correlación de indicadores con la Guía GRI (SRS) y con los Principios del Pacto Mundial
132 Información de contacto

PANORAMA DE UN AÑO

1

as|5.
PREMIOS
AS DEL DEPORTE
2017
DANONE
IBERDROLA
LOTERÍAS
REPSOL
Santander
TAG HEUER

1. PANORAMA DE UN AÑO

Sin Respeto
No Hay Juego
SER

LOS 40

grandesprofes.org
SANTILLANA

LOS 40
PRIMAVERA POP

EL MUNDO EN 2050:
la transformación del ser humano
#ELMUNDOEN2050
EL PAÍS
OpenMind

de Periodismo
Premios
Ortega y Gasset

2017

ENERO

- La competencia digital y la transformación personal en el día a día del profesor centraron las ponencias del encuentro anual ¡Grandes Profes! 2017, organizado por Santillana y las fundaciones de Atresmedia y Telefónica en Madrid, al que asistieron casi 2.000 docentes.
- La Cadena SER presenta su campaña «Sin respeto no hay juego» que, con diferentes personalidades del mundo del fútbol y del periodismo deportivo, promueve la unidad contra la discriminación y el racismo en el fútbol.
- *El País,* Premio Rey de España de Periodismo Digital por el trabajo *40 años del 20-N: La transformación de un país.*
- La «Gestión y Transformación Educativa» fue el tema central del IV Congreso de Santillana Compartir celebrado en Jalisco (México).

FEBRERO

- PRISA Radio pone de manifiesto su compromiso con la audiencia con la celebración de una jornada inédita de puertas abiertas en el «Día Internacional de la Radio» donde el oyente es el protagonista.
- El presidente argentino Mauricio Macri abre el foro organizado por *El País* y PRISA «Invertir en Argentina».
- Se celebra el 5º aniversario de *Ruta Maestra,* la revista especializada en educación editada en Santillana Colombia, como espacio de comunicación, construcción de conocimientos y experiencias entre expertos, entidades y la comunidad educativa.
- TVI, la cadena de Media Capital, cumple 24 años con cambio de imagen y sigue siendo líder de audiencia con el 25,4% de cuota de pantalla en *prime time*.

MARZO

- La XXI edición de los premios Cadena DIAL baten su récord de audiencia, en su retransmisión por televisión y en su convocatoria de medios, con una audiencia de 395.000 espectadores.
- Máxima FM celebra su 15º aniversario con una trayectoria marcada por su rápido crecimiento y su liderazgo como la radio especializada en *dance* con más audiencia de España.
- *El País* y el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires organizan el foro internacional «Las Ciudades de América Latina ante los desafíos globales».
- LOS40 celebran la primera edición de los World Dance Music Radio Awards en el emblemático Estadio Azteca de la Ciudad de México.
- Nace *The New Arrivals*, un proyecto que trata la inmigración en Europa como materia de análisis periodístico, coordinado por el European Journalism Centre y subvencionado por la Fundación Bill y Melinda Gates. Cuenta con la participación de *The Guardian, Le Monde, Spiegel On line y El País.*

ABRIL

- Santillana pone en marcha la 2ª Edición de los Premios Educatividad, el concurso que trata de identificar los proyectos de innovación educativa en la comunidad de docentes.
- *El País, Cinco Días y El País Retina* se unen en una propuesta digital conjunta con el abanico informativo de actualidad financiera en español más amplio del sector.
- Podium Podcast estrena *Bienvenido a la vida peligrosa,* una serie de audio de ficción de 10 capítulos escrita por Arturo Pérez-Reverte y bajo la dirección de Guillermo Arriaga.
- *El País* lanza *ICON Design,* la cabecera de diseño, arquitectura e interiorismo de la revista *ICON.* Con ello busca acercar el tema a su audiencia.
- *The Huffington Post* introduce varios cambios importantes como el rediseño de la web, un nuevo logo y el cambio de nombre oficial *HuffPost, El Huffpost* en español.

MAYO

- Se celebra la XXXIV Edición de los Premios Ortega y Gasset de Periodismo que reivindicaron el valor a la información veraz, la libertad de prensa y el rigor del periodismo.
- El festival LOS40 Primavera Pop se multiplica por tres y se celebra en tres ciudades españolas: Madrid, Málaga y Rubí (Barcelona).
- El director del programa 6AM *Hoy por Hoy* de Caracol Radio, Darío Arizmendi, es galardonado con el Premio Personalidad Iberoamericana del Año, durante un acto en la sede de la UNESCO en París.
- LOS40 lanzan cuatro nuevas radios musicales *on line*: LOS40 Nº1, LOS40 Working, LOS40 Runners y LOS40 Latin. Destinadas fundamentalmente al consumo móvil, ofrecen música seleccionada para los diferentes momentos del día.

JUNIO

- La colección «Student's for Peace», publicado por Richmond en Brasil, recibe el premio de la categoría Excellence in Innovation Course del ELTons Awards, concedido anualmente por el British Council a los mejores productos para la enseñanza de la lengua inglesa.
- Se celebra la XVI edición de *El País* de los Estudiantes, el concurso promovido por *El País* y Endesa que acerca el periodismo a las aulas.
- Google firma una alianza con *El País Retina* con el objetivo principal de abrir debates constructivos que aporten diferentes puntos de vista sobre cómo nuestra sociedad puede ser más avanzada y competitiva.
- TVI y Plural, ambas compañías del Grupo Media Capital, fueron las grandes vencedoras de la octava edición de los Premios de la Televisión 2017 con 17 de los 25 galardones otorgados en Portugal por el Grupo Impala.

JULIO

- *As* reúne a los medallistas olímpicos españoles, coincidiendo con el 25 aniversario de los Juegos Olímpicos de Barcelona 92 y los 50 años de la fundación del diario.
- *El País* y Google lanzan VR-Infographics un proyecto innovador de infografía y realidad virtual para ofrecer soporte al periodismo de alta calidad mediante el uso de tecnología.
- La Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE) y Santillana firman un contrato para la producción, edición y distribución del *Diccionario Escolar Panhispánico.*
- *El País Retina* celebra el foro «Futuro digital. Políticas y estrategias ante los retos del nuevo entorno» , en el que participan el ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital, Álvaro Nadal y el expresidente del Gobierno, Felipe González.

AGOSTO

- Lanzamiento en Colombia del libro *Pedagogía, Lenguaje y Democracia,* escrito por Fabio Jurado, autor de Santillana, y mancomunado por la Red Latinoamericana para la transformación de la formación docente en lenguaje.
- *El País* deja de publicar anuncios de contactos. La decisión está basada en la defensa de los derechos de las mujeres y en ella se tuvieron en cuenta las opiniones de los lectores.
- Nace *As Arabia,* la nueva edición del periódico deportivo líder en audiencia global llega a 25 países de habla árabe de Oriente Próximo y el norte de África.
- La Cadena SER da comienzo a la nueva temporada deportiva con Dani Garrido y Manu Carreño, que vuelven a encabezar la programación deportiva líder en España con *Carrusel Deportivo* y *El Larguero*.

SEPTIEMBRE

- Santillana da la bienvenida en Chile a la editorial Norma con el seminario «Lectores para el futuro», donde convergieron tradición y nuevos formatos en la literatura infantil y juvenil.
- Presentación en Sevilla de los Premios Radiolé 2017, con los que la cadena líder en música popular reconoce la trayectoria, el trabajo y la popularidad de los artistas más relevantes de la música española.
- El nuevo «Programa de educadores digitales», lanzado por Santillana en España, acompaña a los profesores a adquirir las nuevas competencias metodológicas y tecnológicas en el proceso de digitalización del aula.

OCTUBRE

- *MeriStation,* la publicación digital especializada en videojuegos perteneciente a PRISA e integrada en *As*, celebra su vigésimo cumpleaños.
- La motivación para la comprensión lectora y la mejora del acceso a la información de niños y jóvenes fueron abordados en el seminario Lectópolis, organizado por Santillana en cooperación con la Fundación Telefónica y la Universidad Nacional Andrés Bello en Chile.
- La editorial Taurus publica la obra *En antena. Libro de estilo del periodismo oral de la Cadena SER,* un trabajo que busca ser la guía completa, definitiva y de referencia sobre cómo comportarse ante un micrófono.
- Santillana Perú celebró la XVI Convención de Directores «Innovar para educar», evento académico que reúne a los directores de las principales instituciones educativas del Perú.

NOVIEMBRE

- *Cinco Días* celebra la décima edición de los premios a la innovación empresarial. Los galardones premian la iniciativa empresarial más innovadora ligada a la Universidad, en el campo de las nuevas tecnologías y en RSE.
- U2, Alejandro Sanz, Ed Sheeran, Luis Fonsi y su *Despacito* triunfaron en la noche de LOS40 Music Awards, la gran fiesta de la música retransmitida a 15 países y que se confirma como los premios de la música más importantes en español.
- *El País Retina* celebra en el Museo Reina Sofía Retina LTD, el mayor encuentro con los líderes de la transformación digital.
- Editora Moderna cosecha en Brasil varios premios Jabuti, el galardón más importante de las letras brasileñas.
- La Fundación Santillana y la Fundación Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes celebran en Alcalá de Henares el IV Festival Iberoamericano de Literatura Infantil y Juvenil para promocionar el sector de la creación literaria.

DICIEMBRE

- El área de Tecnología Educativa Global de Santillana convoca una nueva edición del Annual Workshop Santillana Technology Network, donde proveedores de servicios tecnológicos y expertos internacionales compartieron experiencias sobre tecnología educativa.
- Los Reyes de España presiden la gala del 50º aniversario del diario *As* en la que se premió a los mejores deportistas españoles, como Rafael Nadal, Mireia Belmonte, y el británico Sebastian Coe.
- Gala de entrega de los 64º Premios Ondas, en FIBES, Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla.
- PRISA celebra junto con la FAO y el Pacto Mundial en Madrid la primera edición del «Foro Internacional de Derechos Humanos: de lo global a lo local».
- «*El País* con tu Futuro» celebra su tercera edición en Madrid con cientos de alumnos que se enfrentan a un panorama laboral novedoso y cambiante.

Inspírales y te sorprenderá hasta dónde son capaces de llegar.

2 PRISA, UN GRUPO GLOBAL

- MISIÓN, VISIÓN Y VALORES
- ÁREAS DE NEGOCIO
- PRINCIPALES MAGNITUDES
- GOBIERNO CORPORATIVO
- ACCIONISTAS E INVERSORES

SANTILLANA

DESPIERTA SU POTENCIAL

2. PRISA, UN GRUPO GLOBAL

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

Presente en 23 países, llega a más de 60 millones de personas a través de sus marcas globales *El País*, LOS40, Santillana, W Radio o *As*.

Como líder en prensa, televisión, educación y radio hablada y musical, PRISA es uno de los principales grupos mediáticos del mundo hispano por la gran calidad de sus contenidos, así como por su voluntad de participar en la economía digital a través de la conectividad y la innovación de productos y servicios. Además, su presencia en Brasil y Portugal, y en el creciente mercado hispano de Estados Unidos, le abre una audiencia global de más de 700 millones de personas. Con 134 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: Adobe Omniture + Netscape, 2017)

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

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, más de cuatro décadas después esta máxima sigue vigente en todas las empresas del Grupo y se extiende por toda Iberoamérica. Se trata de una visión compartida por todas las personas de la organización y que se desarrolla en el marco de un conjunto de valores puestos de manifiesto a través del trabajo y el quehacer de todos los profesionales de PRISA. Estas premisas han caracterizado desde su origen al equipo de *El País* y posteriormente han sido adoptadas por 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. Esta visión aspira a ser la marca de referencia global en cultura y educación en español y portugués. Pero los vertiginosos y continuos cambios del sector de los medios y de los contenidos ya han transformado a PRISA 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 de derechos y oportunidades y la protección del medioambiente.
- **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 contenidos de máxima calidad en educación, información y entretenimiento.

VISIÓN

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

VALORES

Integridad. PRISA entiende la integridad como su **sentido de la honestidad, rigor, autocrítica, responsabilidad, independencia e imparcialidad.**

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

Pluralismo. Para la compañía, el pluralismo engloba la **libertad de expresión, la transparencia y la diversidad.**

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

Conectividad. PRISA es consciente de la importancia de estar conectados y **accesibles para poder compartir y colaborar.**

Dedicación. La dedicación de la compañía es la **garantía del valor, la calidad y la excelencia.**

Seguridad. El nuevo paradigma digital exige garantizar un **entorno seguro para mantener la confianza** de los usuarios del Grupo.

ESTATUTO DE REDACCIÓN DE *EL PAÍS*

«*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 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, que debe defender la necesidad de la libre empresa, y que a pesar de que 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

DESCARGAR

PRISA

SANTILLANA

Santillana es una de las compañías de contenidos y servicios educativos más importantes del mundo presente en 22 países de habla española y portuguesa.

Santillana ofrece una educación inspiradora centrada en el alumno, y reconoce el trabajo del docente en la mejora educativa. Proporciona servicio y acompañamiento a la escuela, involucra a las familias, y apuesta por la innovación y la creatividad como ejes del aprendizaje.

87 millones DE LIBROS

30 millones DE ESTUDIANTES

EDUCACIÓN

SANTILLANA · Richmond · MODERNA · SANTILLANA FRANÇAIS · UNO INTERNACIONAL · loqueleo · SANTILLANA compartir · BeJob · Norma

PRISA NOTICIAS

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

108 millones DE NAVEGADORES ÚNICOS

GENERALISTA

EL PAÍS · Le Monde · EL HUFFPOST

ESPACIALIZADA

CincoDías · as

REVISTAS

MeriStation · S · ICON · CLAVES · TENTACIONES · EL PAÍS SEMANAL · BUENAVIDA

PRISA RADIO

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

Se estructura en torno a dos áreas de negocio: radio hablada y radio musical, con un modelo de gestión encaminado a revitalizar los formatos radiofónicos, la innovación tecnológica y la presencia de sus contenidos en el conjunto de las plataformas digitales.

39 millones DE NAVEGADORES ÚNICOS

22 millones DE OYENTES

HABLADA

SER · Radio Continental AM 590 · CARACOL RADIO · ADN 91.7 · W RADIO · W RADIO

MUSICAL

Los 40 · dial · M80 RADIO · máxima · Radiolé · Ke buena · Tropicana · CORAZÓN 101.3 · bésame

PODCAST

PODIUM PODCAST

PRISA AUDIOVISUAL

PRISA Audiovisual es líder de la televisión comercial en Portugal con TVI, y lidera también los canales de televisión *on line*. Referente en la producción y distribución de contenidos de información y ficción en portugués, con proyección en Brasil y los países luso parlantes de África.

PRISA Vídeo basa su actividad en la producción y desarrollo de formatos para televisión, así como en la creación de contenidos para la emisión a través de dispositivos conectados a internet.

TV COMERCIAL

tvi · tvi24 · tvi reality · tvi internacional · tvi ficção · tvi áfrica

PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS

plural · PRISA VIDEO · mcr

DIGITAL

IOI · tvi player · mcp

Áreas de negocio

SANTILLANA

DESPIERTA SU POTENCIAL

2017 ha sido un año espléndido para Santillana, tanto en resultados como en iniciativas de negocio y nuevos proyectos educativos. Si en 2016 se culminaba la compra de Carvajal Soluciones Educativas, una de las compañías de referencia en América Latina en contenidos y tecnología para el aprendizaje y literatura infantil y juvenil, 2017 ha sido clave en la integración de sus marcas (Norma y Kapelusz, entre otras) dentro de la compañía, manteniendo su personalidad propia en el desarrollo de contenidos, comercialización y servicio a clientes.

El año se ha caracterizado por un fortalecimiento de las soluciones integrales que ofrecen una aproximación integral a la experiencia de aprendizaje y que abordan un proyecto educativo o una competencia de manera completa y profunda. Además, la compañía ha apostado por un mayor desarrollo de las herramientas de evaluación que analizan no solo el progreso académico de los estudiantes, sino también sus habilidades cognitivas y socioemocionales, y por programas que desarrollan la competencia lectora de manera más completa, entre otros.

Las nuevas tendencias hacia una mayor flexibilidad y personalización de las propuestas educativas se han visto reflejadas en proyectos como **Escuela de Autor** en España, que ofrece materiales modulables, adaptados a las nuevas formas de entender la educación y de enseñar en las aulas, o **SET VEINTIUNO**, programa que proporciona recursos y servicios para desarrollar las habilidades del ciudadano del siglo XXI. Santillana ha alcanzado también un acuerdo con Marshall Cavendish para la comercialización en algunos territorios de sus propuestas de matemáticas con la metodología Singapur.

En el marco de las colaboraciones institucionales destaca la coedición con la Real Academia Española del *Diccionario Panhispánico del español jurídico*.

En 2018, Santillana seguirá desarrollando nuevos proyectos de innovación educativa, como una plataforma destinada a los alumnos de Educación Infantil para la creación de contenidos personalizados tanto en papel como digitales.

Congreso de Capacitación 2017 en México.

6º Congreso *Educando en la Era Digital* en Argentina.

SISTEMAS DE ENSEÑANZA

Propuestas como **UNOi y Compartir**, que ofrecen una visión integral del aprendizaje que abarca a los distintos agentes educativos, han superado la cifra de 1.100.000 alumnos en apenas seis años desde su creación, confirmando el éxito de su enfoque educativo.

UNOi continúa siendo la oferta más integral y disruptiva de Santillana, así como una de las más innovadoras de Latinoamérica, con un impacto fuerte en el proceso de aprendizaje de los niños. Además, en 2017 ha evolucionado a un único programa enfocado en el desarrollo de las habilidades del siglo XXI y compuesto por tres «idiomas»: SE (en español) + BE (inglés) + DO (*maker*). A los procesos iniciales de digitalización (cultura digital), formación (en pedagogías activas) y evaluación, se han sumado nuevos procesos: *maker* (cultura maker), certificación (maestros y colegios) y valoración (evaluación cualitativa).

Santillana Compartir ya cuenta con 640.000 estudiantes en 15 países. Este año ha incorporado el programa **Logros** para el diagnóstico y desarrollo de habilidades cognitivas y emocionales, que ha sido desplegado en cuatro países y que en 2018 se extenderá al resto.

También se han fortalecido las áreas de inglés (con un programa de comprensión lectora) y de evaluación del progreso académico (a través de la plataforma **Pleno**), y se ha enriquecido la lectura en español (con **Loquecuento**, **Lectópolis** y

Aprendizaje Eficaz), favoreciendo el desarrollo de competencias en los estudiantes.

Tras varios años de acompañamiento a los docentes en el uso de herramientas digitales, ahora Santillana también les ofrece nuevas funcionalidades para crear actividades digitales y enriquecer su experiencia de aula. Por último, la compañía ha mejorado la comunicación con las familias con la *app* **Compartir en familia.**

APRENDIZAJE DE IDIOMAS

Richmond Publishing mantiene su posición de liderazgo en la enseñanza de inglés en América Latina, tanto por su extenso catálogo dentro del mercado escolar regular como por su exitosa participación en compras públicas en México, Brasil, Paraguay y República Dominicana. La serie *Students for peace*, editada en Brasil, ganó el prestigioso premio ELTons, otorgado por The British Council en Londres, en la categoría de Innovación. Esta serie se está dando a conocer no solo en los mercados tradicionales de Santillana sino también en países como Turquía y China.

Una de las propuestas más interesantes para el aprendizaje completo y profundo del inglés es **Richmond Solution**, sistema de enseñanza flexible que cubre todas las necesidades relacionadas con el idioma, incluida la evaluación.

En 2018, Richmond dará un importante salto con la incorporación de una nueva serie, *Compass*, que atiende a la creciente demanda de la educación bilingüe, totalmente innovadora y que combina los estándares del Marco Común Europeo con aquellos del *Common Core* de Estados Unidos. Además, lanzará la serie *Personal Best* para la enseñanza del inglés a jóvenes adultos, con una *app* que les permite practicar su inglés en cualquier lugar, momento y dispositivo.

Serie de libros Students for peace.

Santillana francés cosechó nuevamente un magnífico resultado en España, creciendo en todos los segmentos del mercado. Continúa siendo líder absoluto en primaria, enseñanzas medias y adultos.

FOMENTO DE LA LECTURA

2017 ha sido el año de consolidación del sello Loqueleo. Desde su presentación en octubre de 2015, se han ido incorporando distintos países hasta llegar a los 19 entre Latinoamérica y España. Además, se ha avanzado en los lanzamientos en lenguas autonómicas en España, con las salidas en gallego (Oqueleo) y valenciano (Jollibre Voramar).

Este ha sido, además, el año de la vuelta de Santillana a la literatura infantil y juvenil de consumo, o *trade*, con lanzamientos como el libro de la película de *El pequeño vampiro;* la colección en tapa dura de *Natacha*, de Luis Pescetti; o el título de realidad aumentada *¿Amigos?;* entre otros.

Para 2018, la editorial seguirá potenciando la línea comercial con nuevos lanzamientos globales y locales. Además, presentará en Argentina, Colombia, México y Uruguay, entre otros países, la plataforma de comprensión lectora Loqueleo, que permitirá a los docentes y alumnos medir y mejorar sus destrezas lectoras a través de actividades interactivas relacionadas con los libros de su fondo.

El catálogo de literatura Infantil y Juvenil de Norma ha abierto nuevos mercados en EE. UU., Uruguay, Chile y Bolivia, y su prestigioso Premio Norma de Literatura Infantil y Juvenil fue otorgado al escritor argentino Ezequiel Dellutri.

En 2018, se celebrarán dos aniversarios muy importantes para el sello: los 20 años de Zona libre, colección juvenil de referencia en toda Latinoamérica, y el 20 aniversario de uno de los títulos más leídos de todo el fondo de la editorial, *Los ojos del perro siberiano* de Antonio Santa Ana.

Además, se abordará un rediseño y relanzamiento global de las colecciones más emblemáticas (*Buenas noches, Torre de papel, Zona libre* y *Cara Cruz*), para seguir expandiendo el gran fondo editorial de la compañía.

Presentación de «Oqueleo» nuevo proyecto de literatura infantil de Santillana en lengua gallega a través del sello Ediciones Obradoiro.

HABILIDADES DEL SIGLO XXI

El programa SET VEINTIUNO, que incluye materiales y recursos para el desarrollo de las llamadas «habilidades del ciudadano del siglo XXI» (*21st Century Skills*), ha desplegado a lo largo de 2017 dos iniciativas: los Viveros de Experiencias, que han permitido a profesores y alumnos de España y Latinoamérica trabajar en ámbitos como la programación y la robótica, así como en la educación en valores (economía sostenible, pensamiento crítico, etc.) a través de una metodología basada en retos y trabajo en equipo; y Expedición SET VEINTIUNO, un evento exclusivo para que los profesores tomen conciencia en primera persona de cuáles son las habilidades necesarias para la vida actual.

Para 2018, la editorial potenciará su SantillanaLAB, un foro de investigación y diálogo sobre tendencias educativas con sesiones mensuales abiertas que combinarán la experiencia de expertos con el análisis de las mejores prácticas de innovación y la aplicación directa en la comunidad educativa.

PLATAFORMAS EDUCATIVAS

Uno de los **avances tecnológicos** implementados en 2017 en 18 países ha sido la versión 3.0 de la plataforma LMS e-stela, la principal herramienta digital de acceso a los contenidos de Santillana Compartir y UNOi.

En relación a la generación de productos digitales, se ha consolidado el uso de **Libroweb 3.0**, generado en HTML5, accesible (según los estándares del W3C), con un diseño adaptativo (*responsive*), multidispositivo (ordenador, tableta y *smartphone*) e inteligente (traza xAPI).

Para 2018 Santillana lanzará en cinco países de Latinoamérica la plataforma digital de acceso a contenidos digitales **EVA**, que pretende convertirse en la herramienta más avanzada en el mercado del libro de texto. También será el año de la implantación de la visión 360º a nivel analítico, que permitirá obtener información sobre la vitalidad digital de las escuelas. A través del *Learning Analitycs* se ofrecerá a los docentes un conocimiento pormenorizado de los contenidos que consumen sus alumnos y de su progreso, permitiendo profundizar más en la personalización de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

FUNDACIÓN SANTILLANA

En 2017, Fundación Santillana ha consolidado su prestigio a través de foros realizados en Argentina, Chile, Brasil y México, entre otros países, así como mediante la publicación de informes e investigaciones junto con la OCDE y UNESCO, tanto en español como en portugués. Destaca la consolidación del Festival Iberoamericano de Literatura Infantil y Juvenil, cuyas ediciones de Bogotá, Valladolid, Buenos Aires y Alcalá de Henares contaron con miles de asistentes presenciales y seguidores a través de redes sociales.

Entre sus actividades culturales en España, destacaron la X Conversaciones Literarias de Formentor, el I Festival de Filosofía y el Congreso de Periodismo Cultural, que celebró su tercera edición.

Actividad cultural X Conversaciones Literarias de Formentor.

PRISA NOTICIAS

EL PAÍS

2017 ha sido un año de gran actividad institucional para *El País* durante el que se han organizado numerosos foros de debate con las máximas autoridades gubernamentales y empresariales de Iberoamérica e importantes líderes de opinión.

Como resultado del acuerdo entre *El País* y Google, y con el objetivo de abrir diálogos y debates constructivos en torno al impacto de la transformación digital, *El País Retina* ha organizado varios talleres de formación, mesas redondas y debates, y tuvo lugar en el mes de noviembre la segunda edición del evento central *El País Retina*, reuniendo a destacados protagonistas del mundo de la innovación y la tecnología digital. Además, se ha celebrado la tercera edición de «*El País* con tu Futuro», un encuentro centrado en el impacto de la transformación digital en el mundo laboral, en la formación y la educación, para reflexionar e inspirar sobre el desarrollo profesional de las nuevas generaciones con el objetivo de orientar y estimular a los alumnos de 2º de Bachillerato a la hora de elegir los primeros pasos de su carrera profesional de la mano de grandes figuras profesionales de todos los sectores y ámbitos de conocimiento.

El País lanzó en 2017 la mayor y más completa oferta de información económica en español: *El País Economía,* un proyecto de confluencia de contenidos que incorpora en su edición *on line* los contenidos de *Cinco Días* y de *Retina.* Esta propuesta se complementa con el suplemento dominical *Negocios* constituyendo una oferta única de información detallada sobre los temas más relevantes de la economía nacional e internacional.

Con el propósito de impulsar la lengua española y la cultura hispana más allá del ámbito económico, *El País* y la London School of Economics and Political Science presentaron en julio de 2017 el «**Observatorio del Mundo de Habla Española**». Un centro de investigación con vocación cultural y económica que tenderá puentes entre los países de habla española y Reino Unido.

El País, junto a Volkswagen España, lanzó la plataforma de contenidos **#talentodigital** Un espacio de proyectos y propuestas innovadoras y globales para dar voz a los emprendedores con el objetivo de impulsar la transformación digital en todos los sectores.

La música fue también una parte importante en el año 2017. El diario mantuvo la apuesta iniciada en su 40 aniversario por «**Los matinales de *El País*»**, una alternativa musical para toda la familia.

Con motivo de los 40 años de democracia en España que coincide con el 40 aniversario del diario, *El País* inauguró el ciclo España 4040, una serie de encuentros que impulsan la reflexión sobre el pasado, el presente y el futuro de España en Europa y el mundo. El primer encuentro tuvo lugar en Madrid con la participación de **Manuel Valls**, ex primer ministro de Francia; **Moisés Naim**,

Foro de debate con las máximas autoridades gubernamentales y empresariales de Iberoamérica.

escritor y columnista de *El País*; **Alan D. Solomont**, presidente de la Cámara de Comercio España–Estados Unidos; **Beatriz Domínguez-Gil**, directora de la Organización Nacional de Trasplantes, entre otros. El ciclo tendrá su continuidad en 2018, con eventos en Bruselas y Londres.

Durante el año 2017, el programa exclusivo para **suscriptores *El País* +,** ha continuado ofreciendo las mejores propuestas culturales gratuitas como valor añadido a la suscripción. Con el objetivo de viralizar el contenido audiovisual, los encuentros con artistas musicales de *El País* + cuentan además con una actuación que puede seguirse a través de Facebook Live.

PRISA Noticias destaca en 2017 especialmente por el éxito en los datos de audiencias récord que ha registrado. La web de *El País* consiguió aumentar su audiencia un 33 % más que en 2016. El tráfico de América Latina supuso un promedio del 23 % de aportación mensual durante 2017. Cabe destacar que la edición de *El País* en Brasil ha experimentado un aumento del 34 %. Se observa un aumento del acceso a través de dispositivos móviles: en 2013 los lectores que utilizaban un dispositivo móvil para entrar en la web del diario constituían un 27 % del total frente al el 64 % que suponen ya en 2017.

A lo largo de 2017 continuamos apostando por la distribución de nuestros contenidos a través de las redes sociales, contando con una comunidad que supera los 20 millones de seguidores en las principales plataformas (Facebook, Twitter, Instagram y Youtube). *El País* va allí donde están sus usuarios y presta atención al interés suscitado por los diferentes formatos de vídeo ya afianzados en las redes sociales. El vídeo ha adquirido un peso fundamental en las coberturas de algunos de los momentos clave del año como los atentados de Cataluña o la cobertura del proceso independentista catalán.

Los contenidos de vídeo se consolidan como uno de los formatos estratégicos de *El País*. El promedio mensual de reproducciones en vídeo aumentó un 212 % con respecto al año anterior gracias a la creación de nuevos contenidos como los directos en Facebook, el desarrollo de un canal en Youtube o el aumento de presencia en Periscope. Su consumo ha crecido a lo largo de los meses consiguiendo batir récords históricos. Hace dos años, el número de inicios de vídeo mensuales era de 2,5 millones, y en octubre de 2017 la cifra de inicios ha sido de 140 millones.

AS

As celebró en 2017 sus **50 años de historia** con una gala presidida por SS MM los Reyes en la que se entregaron los Premios *As* del Deporte a las figuras más destacadas como Rafael Nadal o Mireia Belmonte y Sebastián Coe. A lo largo de todo el año se celebraron varios eventos en torno al deporte, entre los que destaca el histórico encuentro de medallistas españoles celebrado en julio en el estadio de Montjuïc coincidiendo con el 25 aniversario de los Juegos Olímpicos de Barcelona 92.

Ciclo **España 4040**, serie de encuentros que impulsan la reflexión sobre el pasado, el presente y el futuro de España en el mundo.

Las audiencias de *As* también fueron un aspecto destacado en 2017. Durante 2017 *As* continúa liderando la prensa deportiva de referencia en Latinoamérica gracias a sus ediciones locales de Colombia, México y Chile, y se han creado tres nuevas ediciones: Argentina, Perú, y Venezuela. La aportación de audiencia desde Latinoamérica supone el 45 % del total. Otro dato reseñable es que un 79 % de los usuarios de *As* accede a los contenidos desde un móvil. *As* TV ha experimentado un crecimiento estable en 2017 con más de 20 millones de reproducciones de vídeos al mes, consiguiendo un incremento del 13 % de reproducciones de vídeo interanuales, según los datos de Omniture.

Un hito en la apuesta internacional de *As* ocurrió en agosto de 2017, cuando firmó un acuerdo con el grupo de comunicación catarí Dar Al Sharq para la puesta en marcha de *As Arabia* en 2018, que atenderá la creciente demanda del deporte por parte del público árabe.

Cabe destacar también la integración de Meristation.com, el portal de vídeojuegos referencia del sector en España y Latinoamérica, en la oferta de contenidos de *As*. Desde junio, los más de 4 millones de navegadores únicos mensuales de Meristation han ayudado a ampliar el abanico de audiencias y contenidos de *As*.

Por último, Google y *As* han colaborado en un proyecto de innovación, dentro del marco de inversión en desarrollo digital Digital News Initiative de Google que ha permitido a los periodistas tener acceso al periodismo de datos de una manera fácil e intuitiva. Durante el año 2017 se ha dado también un importante incremento de las noticias en formatos Google AMP y Facebook Instant Articles.

Iñigo de la Serna, Ministro de Fomento, en el Foro Cinco Días.

Firma del acuerdo con el grupo catarí Dar Al Sharq para lanzar *As Arabia*.

CINCO DÍAS

El diario decano de la prensa económica española, a punto de cumplir su 40 aniversario, ha acometido en el año 2017 la mayor transformación de su historia. Desde el pasado mes de abril ha renovado a fondo su oferta digital, que se ha incorporado a *El País Economía,* y también su edición impresa, con el objetivo de afianzar sus fortalezas y confirmarse como referencia para las compañías, los inversores, los ahorradores y los profesionales, con un diseño totalmente renovado y adaptado a todos los dispositivos para un lector que cada vez consume más contenidos en movilidad.

La edición web de *Cinco Días* alcanzó en octubre una audiencia récord de 4,62 millones de usuarios únicos, lo que significa un crecimiento del 77 % sobre el mismo periodo del año anterior, según datos de ComScore (PC + Móvil).

En esta nueva etapa *Cinco Días* se centra en los contenidos de *Compañías*, *Mercados* y *Mi Dinero*, a los que añade la sección *Fortuna*, sobre estilo de vida para directivos y profesionales, y una selección de contenidos digitales de *Retina*. Asimismo, ha incorporado la sección Legal que elabora Wolters Kluwer, referencia en información jurídica. Mantiene los portales Smart Life, sobre tecnología de consumo, y Territorio Pyme, con información práctica para autónomos, emprendedores y pequeños empresarios.

Durante 2017, el Foro *Cinco Días* se ha consolidado como un espacio para el diálogo con las autoridades económicas. El ministro de Hacienda, Cristóbal Montoro; el de Exteriores, Alfonso Dastis; el de Fomento, Íñigo de la Serna; el presidente de la CNMV, Sebastián Albella, o la secretaria de Estado de Economía, Irene Garrido, son algunas de las voces que han participado en estos desayunos informativos, retransmitidos en directo en la web de *Cinco Días* y las redes sociales.

Los Premios *Cinco Días* a la Innovación Empresarial han cumplido su décima edición, en una gala que presidió el ministro de Economía, Luis de Guindos, y que contó con la *masterclass* de Fuencisla Clemares, directora de Google España y Portugal. Las empresas reconocidas fueron Inditex, por su trayectoria durante toda esta década, Libelium, BEOnChip y Vía Célere.

Quinto aniversario de *El Huffpost.*

EL HUFFPOST

El *HuffPost* ha registrado su audiencia récord en 2017 consolidandose entre los cuatro diarios nativos digitales más leídos en España. También ha alcanzado cifras récord en redes sociales y ha consolidado el vídeo como una de sus principales narrativas. Cuenta con un millón de seguidores en Facebook, casi medio millón en Twitter y 20.000 en Instagram.

Cumpliendo su quinto aniversario ha rediseñado su logotipo y su página web para adaptarla a todos los dispositivos, especialmente a los móviles.

PRISA REVISTAS/LA FACTORÍA

En 2017, La Factoría de contenidos del área de Revistas de PRISA ha consolidado su posición como empresa de referencia en el sector del *brand publishing*, incrementando su facturación con clientes externos en un 39 %. La Factoría ha sido también la productora de referencia de *branded content* para el área comercial del Grupo, PRISA Brand Solutions.

Paralelamente, La Factoría / PRISA Revistas ha seguido gestionando las marcas sobre las que se apoya la oferta de sábado del diario *El País*: *Icon*, *S Moda*, *BuenaVida*, *Tentaciones*, *Retina* y *Shopping*. Estas marcas han incrementado su cuota de mercado publicitario durante 2017 hasta alcanzar los 11,5 millones de euros de facturación. En noviembre de 2017 se lanzó la revista *Retina*, la tercera pata de un proyecto 360º de PRISA Noticias en torno a la transformación digital. También han aumentado un 12 % su audiencia digital hasta los 10,5 millones de navegadores únicos acumulados (según Omniture).

Especialmente reseñable es la evolución de ElMotor.com, lanzado en 2016 y transversal a todas las marcas de PRISA Noticias, que aumentó su audiencia un 119 % situándose en el Top 5 de las webs de automóvil en España (Omniture/Comscore).

MERISTATION

2017 ha sido un año decisivo para *MeriStation* en su objetivo de liderar el sector de los vídeojuegos. Desde el mes de junio forma parte de los verticales de *As*.com y, una vez supere los costes SEO del cambio de URL, incorporará la misma plataforma tecnológica que usa el resto de cabeceras del Grupo. La redacción se ha transformado por completo para una nueva etapa centrada en recuperar el núcleo *gamer* para todos los contenidos, con el afán de ser el lugar donde un jugador encuentre todo lo que necesita: toda la actualidad, los trucos, el entretenimiento y una inmejorable comunidad.

PRISA RADIO

PRISA Radio es el mayor grupo radiofónico en español, con 22.572.000 oyentes y más de 1.250 emisoras entre propias, participadas y asociadas en México, España, EE. UU., Colombia, Costa Rica, Panamá, Argentina y Chile, y a través de franquicias en Guatemala, Nicaragua, Ecuador, Paraguay y República Dominicana. Esta unidad cuenta con un modelo de negocio consolidado en sus distintos formatos radiofónicos, con una apuesta por la expansión de la radio y la música en Latinoamérica y por la innovación permanente en el sector del audio, concretamente en el audio *on demand*. Esto hace de PRISA un referente radiofónico de carácter global en el mundo de habla hispana.

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 web, aplicaciones móviles y su plataforma de *podcast.*

En **España**, PRISA Radio finaliza 2017 con 10.032.000 oyentes (EGM). Cadena SER, que cuenta con 4.336.000 oyentes, es líder absoluto en el segmento de radio hablada, mientras que LOS40, con 2.862.000 oyentes, es desde hace más de cinco décadas la marca radiofónica de entretenimiento número 1 en España y con presencia en doce países de Latinoamérica.

Caracol Radio, sigue siendo la cadena de información, deportes y entretenimiento líder en **Colombia**

Equipo Cadena SER.

y una de las más prestigiosas de América Latina que, junto a W Radio, constituye uno de los pilares de PRISA Radio. El conjunto de emisoras del Grupo Caracol alcanza los 7.436.000 oyentes.

En **Chile**, PRISA Radio es líder del mercado radiofónico con 2.376.000 oyentes. De los diez formatos distribuidos, seis se sitúan entre los diez primeros del *ranking* de audiencia, destacando la emisora de radio hablada ADN Radio Chile y Radio Corazón, que sigue siendo la radio 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 aporta su amplia experiencia en la gestión. Radiópolis, que a través de sus 75 emisoras propias y afiliadas distribuye seis líneas de programación hablada y musical, tiene una audiencia de 1.701.000 seguidores diarios.

En **Argentina**, las emisoras de PRISA han registrado 690.000 oyentes en 2017. Radio Continental continúa reforzando su reconocimiento dentro de la radio hablada del país.

PRISA Radio en **Estados Unidos**, con una audiencia de 148.000 oyentes, opera con dos emisoras que emiten en español: una para la zona de Los Ángeles y el 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.

Penélope Cruz entrega a U2 el premio LOS40 Music Awards.

En **Costa Rica**, PRISA emite tres formatos de radio a través de una sociedad participada al 50 % con el Grupo La Nación. Con tres líneas de radio musical (Bésame, LOS40 y Q'Teja), cuenta con 189.000 oyentes diarios.

Durante 2017, PRISA Radio ha intensificado sus esfuerzos para posicionar sus productos como referentes en el ecosistema de medios digitales, buscando liderar el desarrollo del audio *on line* en todos sus mercados. Las emisoras del

Grupo han alcanzado los 52 millones de horas mensuales de escucha de radio en directo a través de los soportes digitales, han obtenido más de 16 millones de descargas mensuales de audios bajo demanda y han sobrepasado los 39 millones de navegadores únicos en sus diversos productos web y móvil. Asimismo, han consolidado su presencia en las diferentes redes sociales, alcanzando los 58 millones de seguidores.

2017 ha sido un año intenso en términos de desarrollo y lanzamiento de productos digitales, siguiendo tres tendencias: el incremento del consumo bajo demanda, el uso del móvil como dispositivo preferente y la multidistribución de contenidos.

Respondiendo a la tendencia de los usuarios a escuchar audio donde y cuando quieren, se amplió la oferta de contenidos bajo demanda de las radios musicales y se mejoró significativamente la usabilidad para ordenadores y móviles. Esta iniciativa estuvo acompañada de la implementación de una plataforma única de medición y monetización. Asimismo, y gracias al aporte del Google Innovation Fund, se implementaron nuevas funcionalidades para facilitar el descubrimiento y la recomendación de audio en Cadena SER (**Proyecto HERTZ**).

Para facilitar el consumo desde móviles —que representa entre un 60 % y un 80 % del tráfico total— se rediseñaron las páginas de artículos de los principales sitios de radio musical y hablada, que ahora se adaptan al factor de forma de cualquier dispositivo, ya sean ordenadores, tabletas o móviles.

LA MÚSICA EN PRISA RADIO

En 2017 las emisoras musicales en España han revalidado su liderazgo de audiencia.

LOS40 continúan siendo un referente imbatible de la radio musical en España y así lo demuestra el apoyo de la audiencia y de los grandes artistas nacionales e internacionales que pasan cada día por sus micrófonos.

LOS40 Music Awards celebraron una de las ediciones más emocionantes e internacionales de su historia en una gala en el WiZink Center de Madrid ante 14.000 personas que además fue retransmitida a 15 países. Esto los confirmó como los premios de la música más importantes en español en una convocatoria que contó con la presencia de U2, Ed Sheeran, Luis Fonsi, Alejandro Sanz y Penélope Cruz, entre otros.

Cadena DIAL, la emisora de PRISA Radio líder de la música en español, sigue sumando oyentes. Además, esta temporada ha incorporado al periodista y humorista Manel Fuentes al frente de su programa despertador, *Atrévete*.

Manel Fuentes, presentador de *Atrévete*.

En **Chile**, 2017 fue un año excelente para las radios musicales: seis emisoras se mantuvieron en el top ten de audiencia general y Corazón siguió liderando el ranking. Además, seis de sus radios (Pudahuel, Corazón, Imagina, Concierto, FMDOS y Radioactiva) lideraron en sus respectivos segmentos de audiencia y dos alcanzaron el segundo puesto: Futuro y LOS40. Esta última, además, batió de nuevo sus propios récords y logró un hito musical llamado Ultravioleta, una jornada con una programación especial en la que la radio y el entorno digital demostraron la actual potencia de la marca. Como cada año, los eventos Festigame, Noche de la Corazón y Gala Pudahuel fueron un éxito de público y de comercialización.

LOS40 **Argentina**, además de seguir como referente entre oyentes de 18 a 24 años, consolidó el programa despertador *Todos Arriba* de la mano de Nicolás Magaldi y la segunda mañana con Juani Martínez. Además, RQP es el medio referente en rock, con presencia en los espectáculos del género y con un crecimiento sostenido durante todo el año.

David Guetta en los WDM Radio Awards en el Estadio Azteca de Ciudad de México.

En **México**, Ke Buena continúa como la estación más escuchada en la CDMX, además de convertirse en la emisora con más crecimiento digital y en la plataforma con mayor peso en la distribución de contenidos. LOS40 México mantiene su liderazgo en su género, ganando puestos en el ranking general de audiencia.

En 2017, las emisoras musicales de **Colombia** han protagonizado eventos que se han convertido en noticia. Además de los habituales Tropiconcierto y Festival Urbano, que reunieron a 20.000 personas con los principales artistas tropicales, se puso en marcha el primer VIVA LOS40 versión electrónica, un espectáculo para 5.000 personas que juntó a DJ de la talla de Alan Walker o Jax Jones, con talento local reconocido como DJ Argüello. Además, por primera vez, Tropicana organizó un concierto únicamente de salsa para 5.000 personas: el Tropicana Salsa Festival. En agosto, Radioactiva se apoderó del concepto Día del Rock, que reunió por primera vez a más de 30 bandas de rock nacionales en un solo encuentro que afianzó el posicionamiento de la emisora. Entre los productos musicales de Caracol, destacó el crecimiento de Bésame y la consolidación de los cambios realizados en la marca Tropicana como emisora tropical líder de Caracol.

World Dance Music Radio Awards se convirtieron en los primeros premios a la música electrónica organizada por la radio. El Estadio Azteca de la Ciudad de México se convirtió en la sede de la gran fiesta de los DJ más importantes del mundo con David Guetta, Martin Garrix, Steve Aoki, Alan

Walker, Cedric Gervais, Nervo y Vassy. La gala reunió a 90.000 asistentes, tuvo un alcance global con la participación de todos los países donde opera la marca LOS40 y se emitió a través del canal SKY.

PLANET EVENTS

La promotora de conciertos Planet Events ha organizado en 2017 giras de importantes artistas nacionales como Miguel Bosé (120.000 entradas vendidas en 17 ciudades, en diez de ellas con las localidades agotadas), Álvaro Soler o Dvicio. Igualmente, ha gestionado tours de artistas internacionales, especialmente latinos, como Maluma (80.000 entradas vendidas en nueve ciudades, en seis de ellas con las localidades agotadas), Juan Luis Guerra, Juanes, J. Balvin, Bomba Estéreo, Carlos Rivera, Carlos Vives, CNCO, Carlos Baute, Fonseca, Ha*Ash, Jesse & Joy, Reik, Caetano Veloso, Franco Battiato y Giorgio Moroder.

Destaca, además, su excelente producción en eventos como Premios Dial, LOS40 Music Awards, Premios *As* del Deporte (50º aniversario) o los Premios Ondas; su participación en la organización de festivales como MadTown Days o el ecléctico Noches del Botánico, que ha incluido a grandes artistas como Steve Hackett, Bryan Ferry o Jamie Cullum; y su colaboración en eventos de electrónica como Oro Viejo The Big Show.

En cuanto a acciones de patrocinio, en 2017 resaltó su acción con CEPSA durante seis meses en diferentes conciertos de las Islas Canarias: desde Juan Luis Guerra al Festival Mar Abierto con Luis Fonsi y David Bisbal, entre otros artistas.

PODIUM PODCAST

PODIUM Podcast, la red global de audio en español de PRISA Radio, cumplió su primer aniversario con más de 17.000.000 de descargas. La mayor red de producción de contenidos culturales, periodísticos y editoriales de audio en español no para de crecer con una oferta de más de 30 programas en su primer año.

Bienvenido a la vida peligrosa, *El gran apagón* y *V, las cloacas del Estado* son los podcasts más exitosos. Asimismo, nuevas series como *Rendición, O. V.N.I o Valencia Destro'* han alcanzado las 200.000 descargas.

Destaca también la incorporación del audio como un canal más de distribución. Un buen ejemplo de ello fue la integración un *podcast* como noticia relacionada de uno de los contenidos principales de la *home* de *El País.*

Raphael, premio Dial a la trayectoria y contribución al pop español.

PRISA AUDIOVISUAL

MEDIA CAPITAL

Entre los principales hitos de 2017 destaca el liderazgo ininterrumpido de TVI, que alcanza su año número trece de liderazgo consecutivo en las audiencias de televisión comercial en Portugal, y lidera también los canales de televisión *on line*. El formato televisivo *Pesadelo na Cozinha* (*Kitchen Nightmares* en nombre el original), fue el programa no deportivo más visto en 2017, y por primera vez en el *access prime time* TVI alcanzó la victoria en esta franja horaria con *Apanha Se Puderes* (Raid The Cage, en el nombre original), un concurso que se emite a las 7 de la tarde todos los días de la semana.

Durante este año se ha reforzado la expansión de los canales TVI Internacional y TVI Ficção para nuevos países y nuevas plataformas. Los canales de TVI están presentes en más de 22 territorios en todo el mundo. En los contenidos, la ficción de TVI y Plural llega a 64 países. El canal de información 24 horas en portugués, TVI24, sigue ganando el *prime time* del cable y registró su dato récord de audiencia con la investigación en TVI a las adopciones ilegales en la IURD y la mala gestión de la Asociación Raríssimas. Los debates sobre estos casos en la antena del canal alcanzaron números históricos de visualización.

En las radios, Radio Comercial mantiene su posición de líder en las mañanas radiofónicas y es además la radio en Portugal con más seguidores en las redes sociales. M80 registra audiencias récord y sube a la tercera posición como radio musical mas escuchada en Portugal.

En el ámbito Digital, TVI Player es ya la plataforma digital gratuita plenamente reconocida y premiada nacional e internacionalmente, que permite ver los contenidos de TVI en directo o grabado, en cualquier parte del mundo. Se trata de la primera plataforma digital de una televisión convencional portuguesa en la oferta de un operador de cable (Vodafone) y crece el número de sus seguidores y suscriptores.

La productora audiovisulal Plural mantiene el liderazgo en la producción de ficción en Portugal y avanza a la producción de entretenimiento con el concurso *Apanha Se Puderes,* el nuevo líder de audiencias en el acceso al *prime time* de la televisión portuguesa. Las novelas grabadas en México, Galicia y Macao son líderes de audiencias en Portugal, Las perspectivas para 2018 pasan por mantener el liderazgo de todos los canales de TVI, el desarrollo digital, el crecimiento de ingresos alternativos a la publicidad tradicional, la innovación permanente en el desarrollo de contenidos y la entrada en nuevas plataformas y soportes, todo ello para constituir una oferta más interactiva y nuevas formas de fidelización de los clientes. Todo ello manteniendo los ambiciosos objetivos de eficiencia y rentabilidad en la producción audiovisual.

Se mantiene el liderazgo de Radio Comercial, se consolidan los otros formatos de radio como M80 y aumenta la apuesta digital, además de la presencia en los principales eventos musicales.

PRISA VÍDEO

PRISA Vídeo ha proseguido en 2017 con su actividad de producción y desarrollo de formatos para televisión, así como creando contenidos para la emisión a través de dispositivos conectados a internet (OTT).

Ha desarrollado y coproducido la película documental ***The Best Day of my Life***, ambientada en la celebración del World Pride de Madrid, que se estrenará en cines en 2018. Dirigida por Fernando González Molina (director de *Palmeras en la Nieve* o *El guardián invisible*) y con música de Lucas Vidal (responsable musical de *Fast and the Furious 6*) y Antonio Orozco, se ha realizado en coproducción con AMC Iberia, *El País* y el patrocinio del Ayuntamiento de Madrid.

En el último trimestre de 2017, PRISA Vídeo comenzó el rodaje de ***Comerse el Mundo***, una producción de 10 capítulos de aventura gastronómica por Colombia, Atenas, Jordania, Bolivia, Perú, México y muchos otros países para el Canal Internacional presentados por el cocinero Javier García Peña.

En octubre de 2017 comenzó la preproducción del programa de entretenimiento ***Desaparecidos*** para el *prime time* de La1 de TVE bajo la dirección de Paco Lobatón y presentado por la periodista Silvia Intxaurrondo, y con la participación de una redacción y equipo de redes sociales que coordinan los esfuerzos de búsqueda de las personas desaparecidas al servicio de las familias.

También este año se terminó de producir y se emitió la décima temporada del exitoso formato de coaching televisivo ***Hermano Mayor*** para Cuatro. Para este mismo cala de TV se produjo una serie de programas sobre música y cultura urbana con el patrocinio de LG como experiencia pionera de *branded content*. El carácter innovador de este programa se pone de manifiesto con el modelo de grabación, que se realizó íntegramente con teléfonos móviles.

En 2017 se ha estrenado en salas y en plataformas de pago (Filmin, Netflix y Movistar) el documental coproducido por PRISA Vídeo ***El Fin de ETA***, tras su debut en el Festival de San Sebastián en 2016.

Además de estos proyectos, PRISA Vídeo ha participado en el desarrollo de varios proyectos documentales y de ficción que están en diferentes fases de comercialización.

Principales magnitudes

Ingresos de explotación

Ingresos de explotación por origen geográfico

| reparto geográfico % |
| millones de euros |

	2017		2016	
	Cifra	Contribución	Cifra	Contribución
España	521	45 %	558	47 %
Internacional	645	55 %	617	53 %
Brasil	203	17 %	172	15 %
México	87	7 %	81	7 %
Colombia	98	8 %	94	8 %
Chile	51	4 %	51	4 %
Argentina	61	5 %	38	3 %
Perú	23	2 %	49	4 %
CAN[1]	28	2 %	27	2 %
CAS[2]	12	1 %	11	1 %
Ecuador	22	2 %	20	2 %
República Dominicana	10	1 %	13	1 %
Puerto Rico	9	1 %	9	1 %
Uruguay	3	0 %	2	0 %
Bolivia	6	1 %	6	1 %
Paraguay	3	0 %	2	0 %
Venezuela	4	0 %	7	1 %
USA	22	2 %	31	3 %
Portugal	4	0 %	5	0 %

Ingresos por unidad de negocio

| contribución por línea de negocio % |
| millones de euros |

	2017		2016	
	Cifra	Contribución	Cifra	Contribución
Educación	656	56,3 %	633	53,8 %
Radio	281	24,1 %	301	25,6 %
Prensa	221	18,9 %	240	20,4 %
Otros y ajustes	9	0,7 %	2	0,2 %
TOTAL	**1.166**		**1.176**	

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

[1] CAN: Guatemala, El Salvador y Honduras.

[2] CAS: Costa Rica, Panamá y Nicaragua.

EBITDA

| millones de euros |

Fuente: datos internos

EBITDA por origen geográfico

| reparto geográfico % |

	2017		2016	
	Cifra	Contribución	Cifra	Contribución
España	50	22 %	61	27 %
Internacional	180	78 %	169	73 %
Brasil	67	29 %	51	22 %
México	16	7 %	18	8 %
Colombia	20	8 %	20	9 %
Chile	15	7 %	16	7 %
Argentina	20	8 %	8	3 %
Perú	5	2 %	16	7 %
CAN[1]	11	5 %	10	5 %
CAS[2]	4	2 %	4	2 %
Ecuador	8	3 %	6	3 %
República Dominicana	4	2 %	6	3 %
Puerto Rico	3	1 %	2	1 %
Uruguay	1	0 %	0	0 %
Bolivia	3	1 %	3	1 %
Paraguay	1	0 %	1	0 %
Venezuela	2	1 %	2	1 %
USA	2	1 %	5	2 %
Portugal	0	0 %	0	0 %

MAGNITUDES DE AUDIENCIA DIGITAL

Navegadores únicos

| miles |

	2017	2016
Navegadores	133.700	114.831
España	62.783	52.459
Latam	56.431	49.892
USA	6.016	4.972
Otros países	8.469	7.508

Fuente: Omniture

Tráfico social

| reparto por origen % |

	2017		2016	
	Cifra	Contribución	Cifra	Contribución
Directo	154.749.131	38 %	147.067.509	39 %
Buscadores	126.717.864	31 %	113.271.041	30 %
Redes Sociales	102.609.474	25 %	92.192.142	24 %
Otros	26.022.649	6 %	25.467.768	7 %
TOTAL	**410.099.118**		**377.998.460**	

Fuente: Omniture

Inicios de vídeos

| millones |

Fuente: Omniture

Número de instancias

| reparto por origen % |

TOTAL	**102.609.474**

Fuente: Omniture

SANTILLANA

Venta por origen geográfico

| millones de euros |

	2017	2016
España y Portugal	121,5	138,6
España	117,8	133,8
Portugal	3,7	4,8
Brasil	199,8	167,2
México	83,6	77,3
Venezuela	3,9	7,3
Argentina	50,4	27,5
Chile	26,5	26,6
Perú	22,7	48,5
Colombia	32,5	19,6
Resto América	106,4	110,3

Fuente: datos internos

Ventas por línea de actividad

| millones de euros |

Libros vendidos al año

| millones de ejemplares |

Nº de países UNOi y Compartir

Compartir	UNOi y Compartir
15 países	3 países

Alumnos y Colegios UNOi y Compartir

| Nº de alumnos |

2017		2016	
UNOi	Compartir	UNOi	Compartir
276.176	656.430	282.034	585.844
932.606		**867.878**	

| Nº de colegios |

2017		2016	
UNOi	Compartir	UNOi	Compartir
893	1.894	905	1.712
2.787		**2.617**	

Usuarios Learning System

	2017
Compartir	866.516
UNOi	407.196
TOTAL USUARIOS	**1.273.712**

Compartir: Argentina, Bolivia, Brasil, Centroamérica Norte (Guatemala, El Salvador y Honduras), Costa Rica, Panamá, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, República Dominicana, Uruguay.
UNOi: Brasil, Colombia, México.

Expansión UNOi y Compartir

| presencia en Latinoamérica (nº de paises) |

COMPARTIR (15) UNOi Y COMPARTIR (3)

Fuente: datos internos

PRISA RADIO

Audiencia Radio por países

| miles de oyentes |

	Posición MDO	CUOTA Audiencia	Oyentes	Fuente
ESPAÑA	1	41 %	10.032	EGM Enero-Diciembre 2017
LATINOAMÉRICA			12.540	
CHILE	1	41 %	2.376	IPSOS Enero-Diciembre 2017
COLOMBIA	1	27 %	7.436	ECAR Noviembre 2016-Oct 2017
MÉXICO	2	15 %	1.701	INRA Enero-Diciembre 2017
USA - MIAMI	4	8 %	148	NIELSEN Enero-Diciembre 2017
ARGENTINA	5	11 %	690	IBOPE Enero-Diciembre 2017
COSTA RICA	4	14 %	189	EGM Octubre 2016-Sept 2017
PORTUGAL	**2**	**36**	**2.009**	Baremo Radio Olas Enero-Dic 2017
TOTAL SIN PORTUGAL			**22.572**	

Radio en España

| EGM 3ª Ola 2017 |
| miles de oyentes |

	2017	
	Oyentes	
CADENA SER	4.336	
40 PRINCIPALES	2.806	
CADENA DIAL	2.179	
MÁXIMA	370	
M80	362	
RADIOLÉ	499	
	9.891*	
	Oyentes	**Cuota**
SER	4.336	36,7 %
COPE	2.824	23,9 %
ONDA CERO	1.950	16,5 %
RNE	1.391	11,8 %
TOTAL OYENTES GENERALISTAS	**11.811**	
	Oyentes	**Cuota**
PRISA RADIO	5.923*	42,6 %
LOS40	2.806	20,2 %
DIAL	2.179	15,7 %
MAXIMA	370	2,7 %
M80	362	2,6 %
RADIOLÉ	499	3,6 %
CADENA 100	2.254	16,2 %
EUROPA FM	1.715	12,3 %
ROCK FM	1.129	8,1 %
KISS FM	1.048	7,5 %
TOTAL OYENTES MUSICAL	**13.895**	

* Oyentes netos sin duplicaciones

PRISA NOTICIAS

Difusión *El País*

| número de ejemplares |

Difusión de los principales diarios **de información general**

| número de ejemplares 2017. Fuente: OJD |

Difusión de los principales diarios **deportivos**

| número de ejemplares 2017. |

Navegadores y usuarios multiplataforma PRISA Noticias

| Millones de Navegadores Únicos | | | Promedios |

Fuente: Omniture

| Total Movilidad PC+ móvil España (Multiplataforma España) | | Promedios | | Millones de UU |

Fuente: Datos basados en datos comScore

| Mensual | | Millones de UU |

Fuente: Datos basados en datos comScore

Audiencia mundial de sitios de información

| miles de usuarios únicos |

Fuente: comScore promedio a diciembre 2017

Audiencia Latinoamérica de sitios de información

| miles de usuarios únicos |

■ Empresas pertenecientes a PRISA

Fuente: comScore promedio a diciembre 2017

Audiencia española de sitios de información

| miles de usuarios únicos |

Empresas pertenecientes a PRISA Fuente: comScore promedio a diciembre 2017

PRISA AUDIOVISUAL

Televisión PORTUGAL

| Enero - Diciembre | | Promedio 2017 |

	24HORAS	Prime time
RTP	17,6 %	16,7 %
SIC	17,8 %	22,4 %
TVI	21,8 %	25,3 %
PAY TV	34,1 %	28,7 %
OTROS	8,8 %	7,0 %

Gobierno Corporativo

PRINCIPALES NOVEDADES DEL EJERCICIO

Los principales cambios en el Consejo de Administración de PRISA en 2017 han sido:

- **Sucesión del Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración:** En el pasado mes de octubre, el Consejo de Administración inició la sucesión del Presidente ejecutivo D. Juan Luis Cebrián Echarri. Tras la consideración de varias alternativas y candidatos, finalmente el Consejo de Administración celebrado en diciembre de 2017 aceptó la dimisión como consejero y Presidente ejecutivo presentada por D. Juan Luis Cebrián Echarri y nombró a D. Manuel Polanco Moreno, en ese momento ejecutivo y Vicepresidente, como Presidente no ejecutivo del Consejo de Administración de PRISA con efectos 1 de enero de 2018.

- **Sucesión del Consejero delegado:** En junio de 2017 D. Manuel Mirat Santiago fue nombrado Consejero delegado en sustitución de D. José Luis Sainz Díaz, con efectos desde el 4 de septiembre de 2017. Desde el 1 de enero de 2018 y tras la sucesión del Presidente, D. Manuel Mirat ejerce su cargo en su condición de primer ejecutivo de PRISA.

- **Reorganización del Consejo de Administración:** A lo largo del ejercicio 2017 se ha llevado a cabo una reorganización en la composición del Consejo de Administración, con la salida de 9 consejeros y la entrada de 6 nuevos consejeros, incluyendo la sucesión del Consejero delegado, que ha dado lugar también a una reconfiguración en la composición de todos los comités del Consejo. Con efectos 1 de enero de 2018 se produjo la sucesión del Presidente.

En febrero de 2018 el Consejo de Administración ha nombrado al consejero independiente D. Javier Monzón de Cáceres como Vicepresidente no ejecutivo del Consejo de Administración.

Esta reorganización está ligada a los cambios en la Presidencia de la compañía y las operaciones de capital ejecutadas en los últimos meses.

INTRODUCCIÓN

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

A finales de 2017 el Comité de Gobierno Corporativo ha realizado un análisis preliminar del marco del gobierno corporativo de la compañía, cuya revisión se llevará a cabo en 2018 para su adaptación a las nuevas circunstancias de la compañía (incluyendo la naturaleza de la presidencia del consejo), así como para reorganizar los comités del consejo y adecuar sus reglas y normas de funcionamiento a las últimas recomendaciones y mejores prácticas en materia de gobierno corporativo.

Cuentas Anuales Consolidadas 2017

Informe de Gestión 2017

DESCARGAR

Informe Anual de Gobierno Corporativo 2017

DESCARGAR

Consejo de Administración y Comisiones del Consejo

Consejo de Administración

CONSEJEROS EJECUTIVOS

D. Manuel Mirat (Consejero Delegado)

CONSEJEROS EXTERNOS DOMINICALES

D. Manuel Polanco (Presidente)
D. Roberto Alcántara
D. Shk. Khalid Thani A. Al Thani
D. Joseph Oughourlian
D. Waleed Alsa'di

CONSEJEROS EXTERNOS INDEPENDIENTES

D. John Paton
D. Dominique D'Hinnin
D. Javier Monzón
D. Javier de Jaime
Dª. Sonia Dulá
D. Javier Gómez-Navarro

OTROS CONSEJEROS EXTERNOS

D. Francisco Gil

SECRETARIO NO CONSEJERO

D. Xavier Pujol

Febrero 2018

Comisión Delegada

PRESIDENTE
D. Manuel Mirat

VOCALES
D. Manuel Polanco
D. Javier Monzón
D. Joseph Oughourlian
D. Roberto Alcántara
D. John Paton

SECRETARIO
D. Xavier Pujol

Comité de Auditoría

PRESIDENTE
D. Dominique D'Hinnin

VOCALES
Dña. Sonia Dulá
D. Waleed Alsa'di
D. Javier Gómez-Navarro

SECRETARIO
D. Xavier Pujol

Comité de Gobierno Corporativo

PRESIDENTE
D. Javier Monzón

VOCALES
D. Dominique D'Hinnin
D. Javier Gómez-Navarro
D. Joseph Oughourlian
D. Shk. Khalid Thani A. Al Thani

SECRETARIO
D. Xavier Pujol

Comité de Nombramientos y Retribuciones

PRESIDENTE
D. Javier Monzón

VOCALES
D. Dominique D'Hinnin
D. Javier Gómez-Navarro
D. Joseph Oughourlian
D. John Paton

SECRETARIO
D. Xavier Pujol

ÓRGANOS DE GOBIERNO

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

El Consejo de Administración de la compañía cuenta con un Presidente no ejecutivo, un Vicepresidente no ejecutivo y con un Consejero delegado, que es el primer ejecutivo del Grupo.

Sin perjuicio de las facultades delegadas en el Consejero delegado el Consejo de Administración cuenta con una Comisión Delegada, que tiene delegadas todas las facultades y competencias del Consejo susceptibles de delegación.

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

Los altos directivos son nombrados por el Consejo, a propuesta del Consejero delegado, previo informe del Comité de Nombramientos y Retribuciones, y están bajo la dependencia directa del Consejero delegado. Entre las funciones del Consejo, definidas en el Reglamento del Consejo, y en línea con las recomendaciones de Buen Gobierno de la CNMV, se encuentran cuestiones económicas, sociales y ambientales, como son la aprobación de la política de Responsabilidad Social Corporativa y del presente Informe a propuesta del Comité de Gobierno Corporativo.

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

Al Comité de Auditoría, además de las competencias previstas en la legislación aplicable en cada momento, le corresponde 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.

El Comité de Gobierno Corporativo tiene, entre otras competencias, las relacionadas con la estrategia de gobierno corporativo, responsabilidad social corporativa y sostenibilidad.

COMPOSICIÓN DEL CONSEJO

El Consejo de Administración está integrado por profesionales con alta cualificación y honorabilidad profesional y personal, con capacidades y competencias en distintos ámbitos y sectores de interés para la compañía y con procedencia de distintos países.

La compañía cuenta con una Política de Selección de Consejeros cuyos principios y objetivos pueden resumirse en lo siguiente: i) diversidad en la composición del Consejo, ii) adecuado equilibrio en el Consejo en su conjunto, buscándose a personas cuyo nombramiento favorezca la diversidad de conocimientos, experiencias, procedencia y género y iii) que en el año 2020 el número de consejeras represente, al menos, el 30 % del total de miembros del Consejo.

En cumplimiento de la recomendación 14 del Código de Buen Gobierno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) (que establece que «la comisión de nombramientos verificará anualmente el cumplimiento de la política de selección de consejeros y se informará de ello en el informe anual de gobierno corporativo» el Comité de Nombramientos y Retribuciones ha verificado que, durante el ejercicio 2017, se han tenido en cuenta los principios, objetivos y procedimientos previstos en la Política de Selección de Consejeros, en cuanto a las propuestas de ratificación y/o nombramiento de Consejeros, si bien en las circunstancias acontecidas este año en la recomposición del Consejo, no se ha podido alcanzar el objetivo de que las consejeras representen un 30 % del total de miembros.

El Comité de Nombramientos y Retribuciones llevará a cabo los trabajos oportunos durante los próximos meses para que las prácticas y actuaciones a desarrollar en el próximo futuro permitan mejorar en este ámbito.

FUNCIONAMIENTO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración realiza una evaluación anual del funcionamiento del Consejo y de sus Comités que incluye, entre otras, cuestiones de gobierno corporativo y de responsabilidad social.

El Grupo posee una estructura y unas reglas de gobierno, y desarrolla una política de comunicación corporativa que facilita, en cada área de actividad, las condiciones para la interlocución con los grupos de interés. Concretamente PRISA cuenta con una «Política de Comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto», que regula los principios generales de relación con el mercado y los canales de información y comunicación para las relaciones de la Sociedad con el mercado y sus agentes.

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

La dirección de cada una de las unidades de negocio adopta todas las medidas necesarias con la finalidad de asegurar la comunicación fluida con la pluralidad de intereses y sensibilidades sociales. De forma permanente, 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.

ELECCIÓN DE CONTENIDOS

GOBERNANZA EDITORIAL DEL GRUPO

El Consejo de Administración no participa directamente en los procesos de definición de los contenidos.

No obstante, el Consejo de Administración de PRISA, en su sesión de diciembre de 2017, acordó regular el funcionamiento del Comité Editorial del Grupo, como órgano dependiente del Consejo de Administración de PRISA y cuya misión es la de apoyar los medios del Grupo y asegurar que los directores de los medios desarrollen su labor tras un contraste y debate apropiados para la selección y enfoque de los temas a tratar.

El Comité Editorial se rige por sus «Principios de Funcionamiento y Organización».

Son miembros natos del Comité Editorial, el Presidente del Consejo de Administración de PRISA, el Consejero delegado de PRISA, el Director del diario *El País* y el Director de la Cadena SER. Además, el Comité Editorial está compuesto por un mínimo de quince (15) miembros y un máximo de dieciocho (18). Nueve (9) de los miembros del Comité Editorial son miembros internos de Grupo PRISA y los restantes miembros, entre seis (6) y nueve (9), son miembros externos. Los miembros externos son personalidades de reconocida solvencia profesional pertenecientes a los ámbitos de la política y la sociedad, la alta función pública, la academia, el periodismo, la economía y la empresa, la cultura, las artes, la ciencia y la tecnología, procurando que exista entre ellos pluralidad y diversidad de género.

Corresponde al Consejo de Administración de PRISA nombrar al presidente del Comité Editorial. En su reunión del pasado mes de diciembre, designó a D. Juan Luis Cebrián para dicho cargo.

El Comité Editorial se reúne semanalmente. En sus reuniones se analizan y debaten cuestiones de actualidad que meriten de una reflexión conjunta, en las que pueden participar especialistas externos en las correspondientes materias.

Asimismo en enero de 2018 el Consejo de Administración de PRISA ha procedido al nombramiento de un Director Editorial de Grupo PRISA (D. Augusto Delkáder), que forma parte del Comité de Dirección en el que el Consejero delegado apoyará su gestión.

EL PAÍS

El director del periódico es el responsable de la línea editorial de *El País* ante los lectores y los tribunales, en el marco de los principios enunciados en el Estatuto. A tales fines, mantiene el derecho de veto sobre todos los originales, incluidos los de publicidad. Igualmente, el director organiza y coordina los trabajos en la Redacción. Antes de que el Consejo de Administración de la sociedad editora proceda al nombramiento de director de *El País*, el Presidente o el Consejero delegado deben hacer llegar al Comité de Redacción la propuesta de nombramiento del director. Si dos tercios del censo total de la Redacción se opusieran a dicha propuesta, mediante escrito razonado por el Comité de Redacción, el Consejo de Administración tendrá en cuenta esta opinión, que no tiene carácter vinculante. Los nombramientos de subdirectores, redactores jefes y asimilados serán comunicados previamente por el director al Comité de Redacción. Si dos tercios de la Redacción se, opusieran a la medida, se tendrá en cuenta esta opinión, que no es vinculante. La oposición será razonada por escrito por el Comité de Redacción.

Asimismo, la sociedad editora de *El País* dispone del *Estatuto de la Redacción de El País*, aprobado por la junta general de accionistas de PRISA, y su propio Comité de Redacción, órgano de representación profesional de la Redacción. El Estatuto ordena las relaciones profesionales de la Redacción de la publicación *El País* con la Dirección de la misma y la sociedad editora de PRISA, con independencia de las relaciones sindicales y laborales. Se consideran miembros de la Redacción todos los periodistas, al margen de la titulación que posean, que realicen tareas de redacción, y que estén adscritos a su plantilla al menos con seis meses de antigüedad.
El Estatuto establece que *El País* rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la Información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguarda constituye la razón última del trabajo de redacción.

El *Estatuto de El País* establece que el Comité de Redacción ejerce funciones de mediación entre ésta y la sociedad editora.

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

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

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

MEDIA CAPITAL

Por lo que respecta a Media Capital, la independencia editorial en Portugal está protegida por la ley, en materias que afecten al trabajo de los periodistas y la información que producen (no a los contenidos de otra naturaleza). Así se establece y garantiza en la Constitución, en las leyes sectoriales (TV, prensa, radio) y en los Estatutos Editoriales, controlados por un regulador sectorial de los medios de comunicación social (ERC). Está prohibido por la ley de televisión que los gestores o miembros del consejo de administración interfieran en la línea editorial o en los contenidos periodísticos, siendo estas materias reservadas al director de información, responsable por la orientación y supervisión de los contenidos periodísticos elaborados por la redacción. Las sanciones son graves y fijadas por ley. Por tanto, no existe en el ámbito de Media Capital, en relación con los contenidos informativos, ningún comité que

pueda tratar de los contenidos periodísticos o del área de la información, fuera del ámbito de la Dirección de Información o de la redacción de TVI/radio/prensa.

SANTILLANA

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

En todos los lugares donde se editan libros y materiales educativos existen comités corporativos, globales y nacionales, convocados de manera regular y continuada, para tomar decisiones que se refieren a la construcción del proceso editorial: fundamentos de los proyectos, objetivos educativos innovadores, estrategias empresariales, financieras y comerciales, acciones dirigidas a la creación y comunicación de los textos, etc.

En todas las casas Santillana existen comités editoriales que deciden sobre los contenidos que deben editarse o sobre los aspectos científicos, gráficos, de redacción o de producción que se deben poner en funcionamiento. Los comités se reúnen regularmente y son nacionales (de dirección, editorial, comercial, etc.) y globales (con cada uno de los países, con los países en conjunto, con países que pertenecen a un programa editorial singular, etc.)

Desde el centro corporativo de Santillana se coordinan estos comités velando por el cumplimento de la normas y leyes de cada país.

GESTIÓN DE LOS RIESGOS

El Sistema de Gestión de Riesgos funciona de forma integral por unidad de negocio, consolidando dicha gestión a nivel corporativo.

El Grupo realiza un seguimiento continuado de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las unidades de negocio. Para ello, dispone de un mapa de riesgos, como herramienta de representación gráfica de los riesgos inherentes al Grupo, que es utilizada para identificar y valorar los riesgos que afectan al desarrollo de las actividades de las distintas unidades de negocio.

La identificación de los riesgos y de los procesos operativos en los que se gestionan cada uno de los riesgos considerados es realizada por las Direcciones Generales de las unidades de negocio y del corporativo, y agregada y homogeneizada por la Dirección de Auditoría Interna del Grupo, quien informa periódicamente de los resultados al Comité de Auditoría. Las direcciones respectivas de los negocios identifican tanto los responsables de la gestión de cada riesgo como los planes de acción y controles asociados.

El Comité de Auditoría eleva los asuntos de relevancia al Consejo de Administración, que realiza la supervisión del mapa de riesgos del Grupo.

La efectiva implantación del modelo de control interno es responsabilidad del Consejero delegado y el Director General Financiero de PRISA, así como de los Consejeros Delegados y Directores Generales de las unidades de negocio del Grupo que intervienen en la preparación de la información financiera que sirve de base para la elaboración de los estados financieros del Grupo.

La supervisión del sistema de control interno de la información financiera (en adelante SCIIF), es realizada tanto por el Comité de Auditoría como por el Consejo de Administración de PRISA, con el soporte de la función de Auditoría Interna. Asimismo, se solicita anualmente la evaluación independiente de la eficacia de dicho sistema al auditor externo del Grupo.

UNIDAD DE CUMPLIMIENTO Y CÓDIGO ÉTICO

La Unidad de Cumplimiento de PRISA es un órgano colegiado con poderes autónomos de iniciativa y de control y está integrada por el secretario general, la directora de Auditoría Interna y la directora de Recursos Humanos. Esta unidad, que funcionalmente depende del Comité de Auditoría, tiene entre sus cometidos los de velar y promover el cumplimiento de toda la normativa aplicable a las actividades del Grupo, es decir: la legislación vigente, el *Código Ético* de PRISA y la normativa interna de la organización. Asimismo, tiene entre sus funciones las de identificar, gestionar y mitigar los riesgos de cumplimiento de dicha regulación.
La Unidad de Cumplimiento asume también las funciones del Órgano de Prevención Penal previsto en el Código Penal.

Además, las principales unidades de negocio del Grupo cuentan con su propia Unidad de Cumplimiento.

En el desarrollo de su cometido, la Unidad de Cumplimiento promueve una cultura preventiva basada en el principio de ‹‹tolerancia cero›› hacia la comisión de actos ilícitos y en la aplicación de los principios de ética y comportamiento responsable de todos los profesionales del Grupo, con independencia de su nivel jerárquico y del país en el que trabajen.

Con este fin, informa periódicamente al Comité de Gobierno Corporativo acerca de sus actividades y decisiones en relación con el RIC (Reglamento Interno de Conducta en Materias Relativas a los Mercados de Valores), así como sobre las incidencias relacionadas con el *Código Ético*, a los efectos de que dicho Comité pueda examinar el cumplimiento de las reglas de gobierno de la Sociedad y haga, en consecuencia, las propuestas necesarias para su mejora (función que le atribuye el Reglamento del Consejo de Administración).

Durante el ejercicio 2017, se ha consolidado la implantación y seguimiento del modelo de prevención penal de la compañía, conducido fundamentalmente por la Unidad de Cumplimiento de PRISA.

A la Unidad de Cumplimiento de PRISA le corresponde la interpretación última del *Código Ético* y del RIC y ha de resolver las dudas o cuestiones que se le planteen sobre su aplicación y contenido.

CÓDIGO ÉTICO

El *Código Ético* de PRISA 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, con independencia de cuál sea la modalidad jurídica que determine su relación laboral o de servicios, de su nivel jerárquico, de su ubicación geográfica o funcional y de la sociedad del Grupo para la que presten sus servicios), con el fin de procurar un comportamiento ético y responsable en el desarrollo de su actividad.

El Código recoge unos principios éticos generales (tales como derechos humanos y libertades públicas, desarrollo profesional, igualdad de oportunidades, no discriminación y respeto a las personas, salud y seguridad en el trabajo y protección del medioambiente), así como normas generales de conducta sobre las siguientes materias:

- Cumplimiento de la normativa y conducta profesional integra;
- Uso de los recursos y medios para el desarrollo de la actividad profesional;
- Conflictos de intereses y relaciones de clientela con el Grupo;
- Actividades externas y no competencia: esto se ve reforzado con la Política de Defensa de la Competencia que ha aprobado la compañía en 2017;
- Control interno y prevención de la corrupción: esto se ve reforzado con la Política en Materia Anticorrupción que ha aprobado la compañía en 2017 y con la Política de Regalos y las Directrices en Materia de Blanqueo de Capitales, que fueron aprobadas en 2016;
- Imagen y reputación corporativa;
- Relaciones con otros grupos de interés.

Los profesionales sujetos al *Código Ético* deberán plantear cualquier incidencia o consulta en relación con el mismo a su superior jerárquico inmediato o a su Dirección de Recursos Humanos, que deberán gestionarlas.

El *Código Ético*, disponible en castellano, inglés y portugués, se ha comunicado y difundido entre todos los profesionales del Grupo a quienes resulta de aplicación. Asimismo, durante 2017, la Dirección de Comunicación de PRISA ha continuado, bajo la supervisión de la Unidad de Cumplimiento de PRISA, el plan de comunicación interna del Código, de sus principios básicos y de algunas de sus materias relevantes. En concreto, en este ejercicio se ha hecho hincapié en materia de actuación en medios sociales, protección de los datos, conflictos de interés, defensa de la competencia y anticorrupción.

El *Código Ético* está permanentemente publicado en la página web corporativa www.prisa.com y en la intranet global de Grupo PRISA, Toyoutome.

REGLAMENTO INTERNO DE CONDUCTA EN MATERIAS RELATIVAS A LOS MERCADOS DE VALORES (RIC)

El Reglamento Interno de Conducta en Materias Relativas a los Mercados de Valores (RIC) establece las pautas de conducta que deben seguirse en las actuaciones relacionadas con los mercados de valores. Contiene reglas para la transmisión al mercado, de manera inmediata y veraz, de la información relevante de la compañía, para evitar la utilización indebida de información privilegiada y para resolver los posibles conflictos de intereses.

Este reglamento interno de conducta resulta de aplicación para los miembros del Consejo de Administración y los miembros de la alta dirección, así como para los directores del centro corporativo y otros directivos y empleados del Grupo que, por tener acceso a información privilegiada, así se determine. El RIC se comunica a todas las personas a quienes resulta de aplicación, quienes han

de firmar que lo conocen y que se obligan a su cumplimiento.

La Unidad de Cumplimiento de PRISA, con el apoyo de la Secretaría General del Grupo, realiza un seguimiento del cumplimiento de las normas de conducta establecidas en el RIC.

CANAL DE DENUNCIAS

PRISA dispone de un buzón para la recepción y tratamiento 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. El canal es gestionado por la Unidad de Cumplimiento de PRISA, quien reporta periódicamente al Comité de Auditoría de PRISA las denuncias recibidas.

El Canal de Denuncias es accesible desde la intranet corporativa Toyoutome o mediante un apartado de correos. A través de estas vías, cualquier empleado, de forma anónima y confidencial, puede informar de cualquier irregularidad o incumplimiento de las normativas, tanto internas como externas. Asimismo, existe un Canal de Denuncias para terceros, de carácter confidencial, accesible desde la web corporativa.

El Grupo dispone de mecanismos de difusión de la existencia y funcionamiento del Canal de Denuncias, principalmente a través de la intranet y la página web de PRISA, en las que tanto los empleados como personal ajeno a la compañía pueden consultar las normas que regulan su funcionamiento.

En el ejercicio 2017, se ha recordado la existencia del Canal de Denuncias, así como la posibilidad de reportar irregularidades e incumplimientos a través del mismo, en todas las acciones de comunicación relacionadas con el *Código Ético* y la Unidad de Cumplimiento llevadas a cabo por la Dirección de Comunicación Corporativa.

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 para impulsar las mejores prácticas y el mejor intercambio 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 (*On line* 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), de la Organización de Telecomunicaciones de Iberoamérica (OTI), del Consejo Empresarial Alianza por Iberoamérica (CEAPI), del Council of Americas y de la American Society. PRISA también es impulsora y fundadora 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 desde 2017 es miembro del World Wide Web Consortium (W3C), institución que se encarga de velar por el avance correcto de Internet a nivel internacional, también 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 América Latina pertenece a una amplia lista de relevantes asociaciones de toda la región que detallamos en el link que aparece junto a estas líneas.

En 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 defiende e impulsa 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

ASOCIACIONES E INSTITUCIONES

International Press Institute

EPC European Publishers Council

LENA LEADING — EUROPEAN NEWSPAPER – ALLIANCE

WAN IFRA World Association of Newspapers and News Publishers

INTER AMERICAN PRESS ASSOCIATION

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

PRISA forma parte, además, de Emisores Españoles, asociación formada por las empresas cotizadas en Bolsa y emisoras de valores españoles, que 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 con la Administración.

Detalle del listado de las instituciones a las que Santillana pertenece.

DESCARGAR

Accionistas e Inversores

ESTRUCTURA ACCIONARIAL DE PRISA

El capital social de PRISA está integrado a 31 de diciembre de 2017 por 88.827.363 acciones ordinarias, todas ellas pertenecientes a la misma clase y serie, de 0,94 euros de valor nominal cada una y numeradas correlativamente de la 1 a la 88.827.363.

Estas acciones cotizan en las bolsas españolas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia a través del Sistema de Interconexión Bursátil español (SIBE).

Los accionistas más representativos en el capital social de la compañía en el ejercicio 2017 son Amber Capital, Telefónica, Rucandio, Consorcio transportista Occher S.A. International Media Group, HSBC, Banco Santander y Caixabank, situándose el *free-float* de la compañía entorno al 19 %.

Durante el ejercicio 2017, se ha llevado a cabo la emisión de 10.491.405 nuevas acciones tras la conversión anticipada de los bonos necesariamente convertibles en acciones solicitada por la totalidad de los tenedores de dichos bonos según el acuerdo de la Junta General de Accionistas de 2016.

CANALES DE COMUNICACIÓN CON ACCIONISTAS E INVERSORES

PRISA cuenta con una Política de Comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto, que regula los principios generales y los canales generales de información y comunicación para las relaciones de la Sociedad con dichos colectivos.

Los principales canales de comunicación con los accionistas e inversores 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

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

La web corporativa 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.

Además, la web corporativa contiene una sección especialmente dedicada para 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 permanentemente actualizada:

1. La Sociedad pública a través de la web, de modo inmediato, todas las comunicaciones de hechos relevantes realizadas a la CNMV y a otros organismos oficiales.

2. También se publican en la página web corporativa los documentos exigidos por la normativa vigente en relación con la convocatoria y celebración de juntas generales de accionistas.

3. Asimismo es objeto de divulgación en la página web corporativa 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. También se publica la in- formación 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.

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 periódicamente a eventos organizados por bancos de inversión para el encuentro con inversores institucionales. 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 de ventaja respecto de los demás accionistas, respetándose en todo caso las normas en materia de información privilegiada e información relevante.

1. El Departamento de Relación con Inversores atiende principalmente a los analistas e inversores institucionales (tanto de equity como de deuda), y la información que proporciona está ligada fundamentalmente a la gestión y a los resultados financieros de la compañía, así como a su evolución en los mercados. Este departamento atiende también las cuestiones que plantean los accionistas minoristas en relación con la evolución de la acción en los mercados.

Ofrece 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 conference call en la que se explican en detalle los resultados financieros obtenidos y se da respuesta a cualquier pregunta que puedan tener los asistentes a ella.

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

a) *Road-shows* nacionales e internacionales en las distintas plazas financieras.
b) Conferencias organizadas.
c) Desayunos y reuniones en grupo puntuales.

2. 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).

Ofrece 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.

Asimismo, 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 y 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.

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.

Los accionistas pueden asistir a la Junta General, así como conferir su representación a favor de otra persona o ejercer el derecho de voto.
El Departamento de Relación con Inversores tiene como prioridad mantener y mejorar la fluidez en la comunicación con accionistas, inversores y mercados financieros, así como incrementar la transparencia en la información transmitida. Este objetivo se ha vuelto incrementalmente importante durante 2017, 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.
- Negociaciones para alcanzar un acuerdo para la refinanciación de la deuda de la compañía.
- Proceso de revisión estratégica del Grupo valorando diferentes alternativas.
- Diversos cambios en el perímetro de consolidación del Grupo.
- Conversión anticipada de bonos necesariamente convertibles en acciones de PRISA.
- Anuncio de ampliación de capital.
- Cambios en la composición del consejo de Administración y cambios de directivos.

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.

Además del contacto con los accionistas, inversores y mercados financieros, el departamento ha buscado proporcionar la información necesaria a los analistas financieros que cubren al Grupo PRISA para que puedan realizar adecuados análisis del mismo.

3 COMPROMISOS Y RETOS DE FUTURO

PAÍS
futuro

3. COMPROMISOS Y RETOS DE FUTURO

El compromiso con el desarrollo cultural de las personas y el progreso de la sociedad a través de la información, la educación y el entretenimiento de calidad está en el ADN de PRISA.

El Grupo ha defendido desde su nacimiento el rigor y la innovación permanente como principal premisa para la mejora constante del servicio al ciudadano como garantía de todos sus productos. Este compromiso es su mayor activo y su principal reto es trabajar para mantenerlo siempre al máximo nivel de exigencia.

La globalización y la libre economía de mercado han fomentado una cultura de consumo que deja en un segundo plano el valor de las instituciones, el conocimiento y la reflexión.

Las empresas como PRISA tienen la responsabilidad de un adecuado e íntegro ejercicio del periodismo y una educación de calidad como principales pilares para la construcción de una opinión pública crítica y bien informada que aporte las claves necesarias a los ciudadanos para tomar sus decisiones libremente y formarse su propia opinión con los suficientes elementos de juicio. PRISA tiene además un reto añadido por el entorno digital en el que desarrolla sus actividades y la imprescindible trasformación de su modelo de negocio, manteniendo los valores y principios de su identidad como elemento diferencial, en un ecosistema en el que proliferan los medios sin credenciales, las noticias falsas y la posverdad.

Por todo ello tiene el compromiso y la responsabilidad de aportar medios de comunicación y contenidos educativos y de entretenimiento que den garantías para una ciudadanía responsable en un mundo sostenible y más justo.

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 2017 este índice bursátil ha renovado su reconocimiento a PRISA por mantener los criterios adecuados de responsabilidad corporativa, derechos humanos, cuidado del medioambiente, compromiso social y lucha contra la corrupción.

PRISA está adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2008. A través de este gesto, la compañía ratificó 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. Desde 2010 la Red Española del Pacto Mundial ha felicitado a PRISA por sus Informes de Progreso, por la calidad de la información, la organización del documento y las iniciativas llevadas a cabo por la compañía y por 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, así como 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 con el objetivo de promover la sostenibilidad en nuestro sector. 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 la Red Española del Pacto Mundial para impulsar los temas más relevantes: los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la lucha contra el Cambio Climático y la defensa de los Derechos Humanos. En 2016 el Pacto Mundial nos seleccionó para formar parte de su Comité Ejecutivo como reconocimiento a nuestro compromiso con la sociedad y la mejora permanente en materia de RSE. Desde esta posición somos aún más proactivos en el impulso de los Diez Principios y los ODS, tanto en acciones y proyectos propios como de terceros.

PRISA forma parte de la Fundación SERES, que promueve una labor responsable de las empresas para la mejora de la sociedad. Participamos activamente en su Comité Operativo desde 2014 y en el Jurado de los Premios anuales que se conceden a las mejores prácticas de Acción Social de las empresas, y desde 2016 estamos presentes en su Comité de Comunicación para dinamizar los programas y proyectos de la Fundación, así como para contribuir a visibilizar y a divulgar la acción social de las empresas.

FTSE4Good

UN GLOBAL COMPACT
Network Spain
WE SUPPORT

seres
fundación sociedad y empresa responsable

COMPROMISO CON LA TRANSPARENCIA Y LA ACCESIBILIDAD DE LA INFORMACIÓN

Nuestro compromiso con la transparencia y la accesibilidad para nuestros grupos de interés está en la base de la permanente evolución y avance del reporte de Comunicación y Sostenibilidad de PRISA.

En 2016 revisamos y actualizamos nuestra matriz de materialidad para incorporar en el Informe de 2017 los nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible con el fin de alinearlos con nuestros asuntos materiales de cara a medir mejor cómo está impactando nuestra organización y sus actividades en la agenda 2030. Este trabajo, que implicó un análisis profundo de nuestro mapa de grupos de interés y de los canales a través de los cuales interactuamos con ellos, continúa su desarrollo dentro del proceso estratégico de avance en su integración en el modelo de gestión, y de medir cómo evolucionan los indicadores identificados.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Siempre atentos a las tendencias, y en previsión de la implantación de la nueva versión Standards (SRS) de GRI (Global Reporting Initiative), este año hemos analizado el GAP existente con nuestro reporte anterior en la versión GRI-G4 y hemos decidido elaborar ya este Informe Anual de Sostenibilidad 2018 de acuerdo al nuevo sistema de indicadores GRI-SRS, adelantándonos a su implantación obligatoria.

Por otra parte, en 2017 el Gobierno de España aprobó un Real Decreto Ley 18/2017 por el que se modifican el Código de Comercio, el texto de la Ley de Sociedad de Capital y la Ley de Auditoría de Cuentas en materia de información no financiera y diversidad, con el objetivo de mejorar la sostenibilidad y aumentar la confianza de los inversores en las sociedades cotizadas. Esto se traduce en la obligatoriedad de integrar el Informe de Gestión (información financiera) y el Informe de Sostenibilidad (información no financiera) al menos en los asuntos materiales. Para cumplir con esta nueva exigencia hemos hecho un esfuerzo adicional de reporte para elegir los indicadores de información no financiera materiales para incorporar en el Informe de Gestión, y hemos adaptado la elaboración del presente Informe de Sostenibilidad y RSC de acuerdo al calendario de formulación de cuentas y aprobación en el Consejo de Administración dotando a los dos informes del mismo estatus de relevancia. Cumplimos por tanto con esta nueva exigencia y asumimos el reto de continuar avanzando en la integración progresiva del contenido de ambos informes en los próximos ejercicios. Estos avances nos ayudan a cumplir con las exigencias y recomendaciones del Código de Buen Gobierno de la CNMV y podemos afirmar un año más que PRISA evoluciona en su reporte de información no financiera a la vanguardia de los principales estándares internacionales de referencia.

COMPROMISO CON EL GOBIERNO CORPORATIVO

PRISA continua reforzando su estructura de cumplimiento normativo a través de su Unidad de Cumplimiento; durante 2017 ha intensificado la labor de supervisión del funcionamiento y cumplimiento del modelo de prevención penal del Grupo, además de promover el comportamiento ético de los empleados y de vigilar el cumplimiento de la legislación vigente aplicable a las actividades del Grupo y de la normativa interna de la organización.

La Unidad de Cumplimiento de PRISA está integrada por el secretario general, la directora de Auditoría Interna y la directora de Recursos Humanos. Esta Unidad de Cumplimiento es un órgano que depende del Comité de Auditoría de PRISA. Existen, además, otras unidades de cumplimiento en Santillana, PRISA Noticias, PRISA Radio, PRISA Brand Solutions y Media Capital, que actúan sobre las sociedades que integran sus respectivas unidades de negocio del Grupo.

Uno de los pilares de nuestro gobierno corporativo es el ***Código Ético*** que revisamos y actualizamos en 2016. Este código es de obligado cumplimiento y define las pautas que hacen de nuestra compañía una referencia de prestigio en educación,

Código Ético

DESCARGAR

información y entretenimiento en toda Iberoamérica. Para divulgarlo hemos desarrollado acciones internas de sensibilización entre nuestros profesionales insistiendo en su relevancia, conscientes de que la reputación de prestigio y calidad que estamos construyendo desde el origen de nuestro Grupo responde a una labor colectiva y diaria que debemos asumir todos los que formamos parte del proyecto PRISA. De nuestra responsabilidad individual con estos principios y valores depende la buena dirección de la organización, por lo que hemos desarrollado acciones específicas de comunicación con los principales artículos del *Código Ético* de acuerdo con cada uno de los grupos de interés, como la alta dirección que debe mantener una conducta ejemplarizante, o los gestores de la comunicación y los contenidos en redes sociales que cada día impactan en la reputación del Grupo y son embajadores de la marca y responsables de la interlocución directa con clientes y usuarios. A través de la intranet de PRISA, y otros canales internos de comunicación, hemos distribuido píldoras informativas en esta misma línea, con el objetivo de incidir en algunas políticas y reglamentos de nueva creación, como la política de regalos de la compañía. En 2018 continuaremos con esta labor divulgativa incidiendo en otras políticas y artículos del *Código Ético*.

El aumento de la fluidez en la comunicación con accionistas e inversores a través de cada uno de los medios de comunicación de los que disponemos, así como la mejora del tratamiento de la información transmitida a los mercados para facilitar su comprensión, es un compromiso y un objetivo permanente. Tratamos de ofrecer la información necesaria y adecuada a los analistas financieros que cubren nuestra compañía para que los estudios que realicen sobre el Grupo, reflejen con veracidad la realidad de la Sociedad y sus perspectivas de futuro.

TRANSFORMACIÓN CULTURAL

Sin duda una de las principales apuestas para el futuro es saber atraer, estimular y desarrollar el talento, máxime en una organización donde las personas están en el centro de todo, desde el destinatario que nos elige hasta los implicados en el proceso creativo y de distribución de nuestros contenidos.

Probablemente la iniciativa de sostenibilidad más relevante de PRISA es la permanente transformación cultural y organizativa imprescindible para dar respuesta a los retos del nuevo paradigma digital. Una nueva manera de trabajar como organización conectada y capaz de impulsar el desarrollo profesional de todos los equipos en materia de gestión del conocimiento, desarrollo profesional, formación y liderazgo. Sigue siendo un desafío permanente que precisa de la participación diaria del conjunto de la organización para conseguir que todos los profesionales del Grupo sean conscientes de la relevancia de su rol individual para el óptimo funcionamiento del Grupo en este nuevo ecosistema digital, donde PRISA como compañía global de creación y distribución de contenidos de calidad continúe siendo un agente de prestigio.

En materia de gestión y desarrollo del talento este 2017 se ha puesto el foco en transformar la fuerza comercial de PBS como un hito para extender los resultados a otras unidades de negocio posteriormente a través de un plan de acciones encaminadas a transformar la cultura corporativa. Se ha diseñado un modelo de identificación y medición del talento (lanzado en el área de tecnología en 2016), con un plan de desarrollo profesional, una matriz competencial para guiar la formación y un plan de sucesión. Así, para alimentar esa matriz competencial y mejorar el clima y la cohesión de los equipos comerciales, se diseñó un programa integral formativo orientado tanto a las competencias digitales como a las competencias directivas y de trabajo en equipo.

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 2016-2020 con el objetivo de reforzar la reputación y el perfil institucional del Grupo, por la relevancia y el impacto social de sus actividades.

Esta nueva etapa en su narrativa de marca está marcada por tres grandes tendencias: hiperconectividad, permanente rediseño global y 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. Hemos multiplicado nuestra atención a la gestión de las marcas del Grupo, para ser una 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 refuerzo de nuestras marcas de producto. Además queremos convertir la Reputación Corporativa y la RSE en activos estratégicos de PRISA.

Continuamos trabajando en el diseño de un sistema de KPI para medir los intangibles del Grupo y el retorno e impacto de las acciones en materia de RSE, lo que nos permitirá adecuar y mejorar las acciones, así como dimensionar nuestro activo institucional.

Aspiramos siempre a sumar nuevos reconocimientos que validen el avance de nuestros compromisos y buenas prácticas para que nuestros grupos de interés nos identifiquen claramente con nuestros principios y valores.

COMPROMISOS Y RETOS DE LAS UNIDADES DE NEGOCIO

PRISA NOTICIAS

PRISA Noticias tiene una firme vocación iberoamericana, quiere contribuir a la transformación, a la modernización y al progreso de todas las sociedades a las que se dirige y continuar siendo el grupo de medios de información de referencia en la región. Para lograrlo, será clave mantener la apuesta por una constante transformación digital que tiene como principal objetivo estar cerca de los usuarios, y de hacerlo siempre en consonancia con los valores que identifican a cada cabecera. A tal fin trabajará para continuar ampliando sus audiencias y consolidar su posición de principal generador y proveedor de contenidos de calidad en español, portugués y catalán, en todos los formatos y con la innovación y las nuevas narrativas como objetivos clave.

Nuestro compromiso principal pasa por ofrecer a nuestros lectores información y contenidos de calidad, adaptados a la comunicación contemporánea, que se basa en entender a nuestros lectores, escucharles, ofrecerles una ventana desde la que poder comprender su entorno para crear conte-

nidos cada vez más personalizados, proporcionar experiencias únicas y seguir siendo la referencia a la hora de buscar información sobre lo que está sucediendo.

El País consolidará su relación con la audiencia global hispanohablante que busca información veraz, rigurosa, con criterio y rigor, que ya está integrada por más de 100 millones de navegadores únicos, situando a *El País* como uno de los diez periódicos más leídos del mundo y uno de los más influyentes. Continuará con el proceso de desarrollo y mejora constante de su oferta de contenidos en todos los soportes.

Como retos concretos, *El País* Vídeo asume un triple compromiso para 2018: fidelizar su audiencia, avanzar en la producción de formatos de calidad de larga duración y comenzar a emitir de forma regular una programación de televisión que puedan ser distribuidos por *El País* o ser ofrecidos a otras plataformas de contenidos.

As continuará con su fuerte expansión internacional, consolidando su liderazgo como medio deportivo en España, Latinoamérica y Estados Unidos, e iniciando su andadura en el mundo árabe junto al grupo de comunicación catarí Dar Al-Sharq para impulsar *As* Arabia. *As* seguirá trabajando en el conocimiento del perfil de los usuarios para ofrecer contenidos más personalizados mejorando el *engagement* y la experiencia de usuario en As.com y en otras plataformas donde distribuye su contenido. El vídeo, la movilidad, los contenidos de calidad y la inmediatez en la transmisión de los resultados de eventos serán claves para mantener el crecimiento y la expansión de la marca.

Cinco Días cumple 40 años en 2018 como principal medio de referencia de la información económica, y seguirá apostando por acercar la economía a la sociedad, hacerla comprensible y útil para las empresas, autónomos, inversores y consumidores. La innovación, la tecnología y los proyectos conjuntos con empresas y organizaciones permitirán a *Cinco Días* acercarse a todas las audiencias de manera directa y a través de *El País Economía.*

El *HuffPost* consolidará la marca con su estrategia de publicación de contenidos de calidad de política, internacional y economía, a través de un equipo reforzado en España y la colaboración con sus ediciones internacionales. Hará especial hincapié en la creciente base de lectores a través de Google, en la distribución de vídeos en las redes sociales, nuevas narrativas y publicación de más exclusivas, como ejes que le consoliden en el ránking de los diez medios en español más leídos en Internet y se sitúe entre los tres primeros en la lista de nativos digitales.

Con un mercado cada vez más segmentado y con más actores conscientes de la importancia de los videojuegos en la economía y la sociedad, la pelea por el liderazgo es el objetivo primordial de *Meristation* en 2018. La estrategia de contenidos ya está definida, mucho más vertical y especializada, y los cambios en la tecnología deberían dar sus resultados, una vez que la plataforma actual ha demostrado que ha llegado al fin de sus posibilidades. Sony y Nintendo han vendido más consolas que nunca en esta generación, indicando que el horizonte del entretenimiento electrónico se ensancha en cantidad y alcanza a mayores grupos de edad, un mercado próspero y altamente tecnificado para el que estamos preparados.

PRISA RADIO

PRISA Radio pretende mantener e impulsar el liderazgo de sus marcas, continuar innovando en la creación del audio *on demand* así como crecer en la generación del contenido audiovisual en sus marcas.

Este año aspiramos a hacerlo con nuevas narrativas que nos permitan ampliar audiencias de otros targets de consumidores y anunciantes. La apuesta por el *branded content* en el audio *on demand* ha registrado unos resultados muy positivos en 2017, a través de nuevos proyectos en colaboración con grandes marcas como Endesa, IBERIA, Correos o BP. Esta línea de innovación en la comercialización de los contenidos de audio es uno de los principales retos de crecimiento para PRISA Radio en 2018.

En 2017 arrancó el proyecto de innovación de audio HERTZ gracias a la ayuda del fondo de innovación de Google. Se implementaron nuevas funcionalidades para facilitar el descubrimiento y la recomendación de audio en Cadena SER. Este tipo de desarrollos continuará siendo una línea de innovación prioritaria para PRISA Radio en los próximos años.

Implantar el plan de transformación de LOS40 como marca global de entretenimiento y música fue uno de los retos que PRISA Radio se marcó para el 2017. La transformación de LOS40 se ha visto reflejada en el éxito de los grandes acontecimientos e iniciativas desarrolladas como el nuevo formato de ceremonia de entrega de LOS40 Music Awards, LOS40 World Dance Music o LOS40 Global Show. Todas ellas han alcanzado un gran resultado de convocatoria y consumo, con una alta difusión en toda Iberoamérica. LOS40 Music Awards ha celebrado una de las entregas de premios más emocionantes e internacionales de su historia en una gala celebrada en Madrid ante 14.000 personas. El programa dirigido y presentado por Tony Aguilar, LOS40 Global Show, y que se emite simultáneamente en España y Latinoamérica, ha recibido una mención como mejor programa de radio de 2017 por la prestigiosa revista musical *Billboard*. También en 2017 el programa global LOS40 World Dance, lanzó la primera edición de los WDM Radio Awards, el evento global más importante de la música electrónica de la región, que consiguió reunir a cientos de miles de personas en el Estadio Azteca de México.

Las emisoras de radio hablada de PRISA Radio siguen siendo un referente en todos los países donde está presente. Su apuesta por la información y el entretenimiento de calidad, la creación de nuevos formatos adecuados a las preferencias de consumo de las generaciones más jóvenes y la interactuación con los usuarios más allá de la antena con formatos audiovisuales y digitales que aportan un valor añadido al consumidor y consolidan nuestro liderazgo, sitúan a nuestras marcas a la vanguardia del mercado de radio. Una de las señas de identidad de PRISA Radio son sus coberturas informativas de grandes acontecimientos. El año 2017 ha estado marcado informativamente por la cobertura de las elecciones en varios de los países donde PRISA Radio está presente como Chile o Argentina. En 2018 se buscará seguir siendo referencia con las coberturas informativas de las elecciones electorales en México, Colombia o Costa Rica, y con la cobertura en nuestras emisoras de uno de los mayores acontecimientos deportivos del año: la Copa Mundial de fútbol en Rusia.

En el ámbito social, como compañía comprometida con las distintas causas, PRISA Radio tiene ante sí el reto de dar continuidad, en los distintos países donde opera, tanto al apoyo de iniciativas ajenas como a la creación de iniciativas propias como la campaña «Sin respeto no hay juego», lanzada en colaboración con la UNESCO a principios de 2017, con gran impacto en difusión y en movilización de las instituciones comprometidas en la erradicación de la discriminación, el racismo y la violencia en el fútbol. La campaña presentada a los medios en enero llegaba en el mes de marzo también a los colegios y clubs de futbol de alevines de toda España en forma de charlas educativas. Más de 3.000 niñas y niños han participado de las charlas de «Sin respeto no hay juego» que pretenden tener continuidad durante 2018. Además, durante este año, enmarcado también en la campaña, se lanzará el primer informe que analiza las conductas racistas, homófobas, machistas y violentas de la «afición» en Redes Sociales durante los partidos de fútbol.

En 2018, replicaremos la campaña en las emisoras de PRISA Radio de Latinoamérica, para lo que ya se está trabajando con UNESCO de cara a la elaboración de un nuevo informe «Color, ¿What Color?» adaptado a la realidad del fútbol en Latinoamérica.

SANTILLANA

En 2018 Santillana continuará trabajando en la mejora de los proyectos que ya tiene en marcha, incorporando nuevos contenidos y servicios que den respuesta a la necesidades educativas de los centros.

Perfeccionar las herramientas de evaluación integral de los alumnos y el aprendizaje del inglés, son algunas de las prioridades de la compañía. A ellas se unen las nuevas habilidades y competencias que deben dominar las niñas y niños de hoy, y que tienen que ver con los aprendizajes colaborativos en entornos reales.

Analizamos las tendencias educativas con mayor peso, así como los resultados que obtienen, para compartirlas con las distintas áreas de la organización e incorporarlas en nuestras proyectos. También avanzamos en nuevas alianzas con *partners* externos a través de la puesta en marcha de iniciativas educativas de fuerte calado de comunicación y que suponen propuestas de valor interesantes para la escuela.

MEDIA CAPITAL

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

Media Capital, como compañía líder de televisión en Portugal y consciente del impacto de sus contenidos, trabaja con el reto permanente de ser una empresa con alta reputación en los aspectos de responsabilidad social corporativa.

Uno de los objetivos es aprovechar el proyecto de los «5 años de TVI» para desarrollar diversas acciones de carácter social. Pretendemos actuar en las áreas de inclusión social, en el área de la formación e involucrarnos en todos los temas de la sociedad que sean pertinentes y que surjan a lo largo del año 2018. En este sentido involucraremos a las principales figuras de las diferentes unidades de negocio de forma que nos apoyemos en ellos para potenciar el alcance de los mensajes y de las iniciativas del grupo Media Capital. Los públicos implicados será la sociedad portuguesa, con especial atención de las comunidades minoritarias o que estén relacionadas con las comunidades afectadas por desastres naturales, sociales o económicos.

4 LA SOSTENIBILIDAD EN PRISA

- INTRODUCCIÓN
- DIÁLOGO Y COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS
- ANÁLISIS DE MATERIALIDAD
- 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
        - DEL MEDIOAMBIENTE
    - ACCIÓN SOCIAL, CULTURAL Y MEDIOAMBIENTAL

4. LA SOSTENIBILIDAD EN PRISA

El propio ejercicio de la actividad de PRISA supone una contribución al desarrollo de una sociedad democrática y sostenible. Concentramos nuestros esfuerzos en contar con el mejor equipo humano como garantía de calidad de nuestros contenidos bajo el paraguas ético de los valores y de los compromisos con los que se fundó *El País*: la solidaridad, la transparencia, la diversidad, la independencia y la defensa y la protección del medioambiente.

Como grupo de medios y educación asumimos esta responsabilidad en el modo de gestionar y de conducir nuestros negocios, pero sobre todo a través de nuestros contenidos y de nuestras actividades con el fin de sensibilizar, impulsar y difundir el conocimiento para una sociedad justa y sostenible.

Creemos que las relaciones con nuestros grupos de interés son clave y construimos nuestra política de sostenibilidad en diálogo permanente con ellos. Lo hacemos principalmente a través de nuestros contenidos, pero también mediante una gestión responsable y con numerosas acciones sociales y culturales para promover el debate sobre el futuro de la educación y del periodismo, dando voz a todos los colectivos en defensa de la libertad de expresión, los derechos humanos y el medioambiente.

DIÁLOGO Y COMUNICACIÓN CON NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

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.

ACCIONISTAS E INVERSORES

Accionistas de referencia, inversores institucionales, accionistas minoritarios

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

SOCIEDAD

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

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

LÍDERES DE OPINIÓN

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

PROVEEDORES

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

REGULADORES, ADMINISTRACIÓN Y AUTORIDADES

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

EMPLEADOS

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

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

En 2016 PRISA incorporó los Objetivos de Desarrollo Sostenible en su estudio de materialidad y analizó el impacto de cada aspecto material en los ODS.

METODOLOGÍA DEL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

OBJETIVO

El objetivo del análisis es **identificar los asuntos materiales en RC para PRISA y sus grupos de interés**, considerando tanto su modelo de negocio como los requerimientos del estándar GRI. Además, incorpora el impacto de los aspectos materiales en cada ODS.

IDENTIFICACIÓN DE ASPECTOS MATERIALES

Mediante **el análisis de diferente información, tanto de carácter externo como interno**, se detectan las principales expectativas de los grupos de interés.

PRIORIZACIÓN

Priorización de las cuestiones materiales según sistema de evaluación homogéneo, que considere **el posible impacto de cada aspecto en la cadena de valor y en los grupos de interés**.

Los resultados se ponderan según la aplicación a los asuntos materiales de los **ODS identificados como prioritarios**.

VALIDACIÓN

Validación sistemática del listado de aspectos relevantes a través de reuniones **con la dirección de las áreas clave en aspectos ambientales, sociales y económicos**.

REVISIÓN

Actualización periódica del listado de aspectos relevantes.

ASUNTOS MATERIALES O RELEVANTES

1 Desempeño financiero
8 12 17

2 Satisfacción del cliente/usuario y calidad
12 17

3 Ética y Buen Gobierno
1 5 16 17

4 Estrategia de la compañía
4 8 9 11 12

5 Transformación digital en los productos e Innovación
4 9 12 13 17

6 Comunicación con los grupos de interés
12 17

7 Gestión de la marca
4 8 16 17

8 Motivación y reconocimientos a empleados
5 8

9 Gestión ambiental responsable
3 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16

10 Libertad de expresión y pluralismo
10 16

11 Comunidades
1 2 4 5 6 9 10 11 16

12 Cadena de suministro responsable
5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16

13 Formación y desarrollo profesional
4 5

14 Diversidad e igualdad de oportunidades
4 5 10 16

15 Atracción y retención del talento
3 8

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

NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

OBJETIVO

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

ESTRATEGIA

Misión

Contribuir al desarrollo 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.

DIFERENCIACIÓN

Valores

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

Visión

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

PALANCAS

Gobierno corporativo, alta dirección y dirección de comunicación.

PRISA

SANTILLANA · PRISA NOTICIAS · PRISA RADIO · PRISA AUDIOVISUAL

ENFOQUE

TRANSVERSAL E INTEGRAL

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

EJES

Creación y distribución de **contenidos**

- Prensa
- Radio
- Educación
- Audiovisual

Gestión responsable

- De nuestros profesionales
- De nuestros usuarios y la transformación digital
- De la comunicación
- De nuestros proveedores
- Del medioambiente

Acción social, cultural y medioambiental

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

CANALES DE TRANSPARENCIA Y DIÁLOGO

INFORMES DE RC

COMUNICACIÓN PROACTIVA

PLANES DE ACCIÓN

ANALÍTICA

CREACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS

PRISA cumple con todas las garantías la primera responsabilidad social de un grupo de medios de comunicación: defender y ejercer, con honestidad y rigor, el derecho a la información y a la libertad de expresión. A través de esta labor, la compañía contribuye al desarrollo de una sociedad democrática en todos los países donde está presente. Para garantizar el cumplimiento de este deber y el ejercicio de este derecho, *El País* fue pionero desde su fundación en adoptar estándares de ética profesional como el *Estatuto de Redacción*, el *Libro de Estilo* o la figura independiente del Defensor del Lector, patrones de referencia en el sector que siguen actualmente todos los medios del Grupo e incluso han sido incorporados por otros de la competencia. Estos estándares han permitido desarrollar una cultura informativa rigurosa, crítica, plural y de calidad que es un referente en España y en América.

La credibilidad y prestigio de PRISA constituyen un valioso activo puesto cada día al servicio de la sociedad. Desde sus inicios, el Grupo ejerce un «liderazgo de opinión responsable», defendiendo la democracia pluralista y denunciando los problemas que preocupan a la ciudadanía. De hecho, sus medios se han convertido en altavoces de campañas de defensa de los derechos humanos y del desarrollo sostenible a través de coberturas especiales y de la cesión de espacios publicitarios para ONG y fundaciones.

Los contenidos de PRISA ofrecen diariamente una información veraz, completa, interesante, actual y de calidad, para ayudar al lector a entender la realidad y a formarse su propia opinión. Para ello, todos los productos del Grupo siguen un riguroso control de calidad focalizado en la creación y en la distribución de sus contenidos. Desde el equipo directivo hasta los redactores jefe de cada medio evalúan el contenido original, el adquirido y el publicitario de sus cabeceras, tanto de las ediciones en papel como de las digitales, guiándose por las pautas establecidas en el *Libro de Estilo y* de *El País.* Esta publicación establece procedimientos y criterios que permiten, por ejemplo, discriminar los rumores de la noticia comprobada y distinguir la información de la opinión, que siempre deben aparecer claramente diferenciadas. *El Libro de Estilo* establece también premisas sobre la firma de informaciones, si están elaboradas en el terreno o de qué fuente provienen, tanto para el texto como para el material gráfico, con el fin de evitar posibles manipulaciones. La independencia y no manipulación son una garantía para los lectores y para los usuarios, y el tratamiento y cuidado del lenguaje o de la imagen se vigila en todo momento para evitar estereotipos, discriminación y expresiones vulgares.

En este mismo sentido, los medios de PRISA Noticias rechazan cualquier presión externa, dado que el objetivo de sus diarios y revistas es salvaguardar los intereses de los lectores ofreciendo

Libro de Estilo, de *El País*.

productos de calidad y evitando cualquier tipo de manipulación en el contenido que se ofrece. En el *Libro de Estilo de El País* se recogen algunas pautas al respecto:

- En las informaciones relevantes de contenido económico o financiero referidas a cualquier empresa integrada o participada por PRISA se hará constar que se trata del grupo editor de *El País.*

- Los periodistas de *El País* no admitirán entradas, pases o privilegios ni regalos cuyo valor exceda de lo que pueda entenderse como un gesto de cortesía. En caso de duda, el redactor se someterá al criterio de la dirección, una vez oído por el Comité Profesional.

- *El País,* como norma general, no acepta invitaciones para elaborar informaciones.

- Los periodistas deberán abstenerse de realizar cualquier información o trabajo periodístico que entre en conflicto con sus intereses personales, ya sean políticos, sindicales, económicos o familiares.

- El tratamiento de la publicidad se recoge también en el *Libro de Estilo*. Las líneas principales son: los espacios publicitarios no se pueden utilizar para contradecir o matizar informaciones publicadas en el diario; se debe comprobar la veracidad de los anuncios que entren en la esfera estrictamente individual de las personas o de las familias; los intereses publicitarios no motivarán que se publique una información determinada; la tipografía de la publicidad será diferente de los textos elaborados en la redacción; y por último, durante las campañas electorales, la publicidad política no se podrá emplazar en los espacios dedicados a esta información.

Todas estas normas han servido de inspiración a PRISA Radio para la elaboración de su propio *Libro de Estilo*, lanzado en octubre de 2017 con el título de *En Antena. Libro de Estilo del periodismo oral.* Esta nueva publicación recoge las normas éticas y estéticas pensadas para tratar la información como el mejor periodista radiofónico y para ejercer un periodismo eficaz, riguroso y honesto. *En Antena. Libro de Estilo del periodismo oral* también recuerda a los oyentes que los periodistas radiofónicos del Grupo siguen preocupados por ofrecer una información veraz, contrastada y honrada. PRISA Radio, muy consciente de su incidencia social, desarrolla toda su actividad completamente centrada en las personas para la elaboración y el tratamiento de los contenidos, así como en los eventos y las actuaciones de carácter social, tanto de iniciativas propias como de terceros. Son habituales y muy valoradas las emisiones de programas en directo desde toda clase de localizaciones donde se produce la noticia, dando voz a los protagonistas implicados, tanto expertos como anónimos, haciendo de la radio el medio social por excelencia. Este componente característico del modelo de radio de PRISA, tanto hablada como musical, está siendo un valor diferenciador muy relevante en el proceso de transformación digital, algo que las emisoras del Grupo afrontan como una enorme oportunidad para consolidar en el nuevo ecosistema ese sello de servicio público característico de marcas como la SER, Caracol, W Radio o LOS40.

Un claro ejemplo es Caracol Radio en Colombia, que no solo actuó como medio de comunicación sino como agente constructor en el proceso de paz, brindando siempre todo el apoyo y colaboración a este acontecimiento de alcance mundial. Para ello, desarrolló programas especiales, análisis, micrófonos abiertos, participación en foros, eventos, apoyo a las campañas del gobierno nacional y proyectos como el Premio Nacional de Paz, entre otros.

Como principal grupo editorial y educativo en lengua española y portuguesa en el mundo, PRISA —a través de las marcas Santillana y Moderna—, entiende que la educación es un instrumento clave para el desarrollo de los ciudadanos y de las sociedades en las que está presente. Por eso, además de su empeño por ofrecer calidad, innovación y servicio, contribuye desde hace décadas a mejorar las prácticas educativas y a incentivar el debate público sobre el futuro de los sistemas educativos en toda Iberoamérica.

Consciente de la influencia que ejercen sus contenidos en niños, adolescentes y adultos, PRISA mantiene sus criterios de integridad, calidad y adaptación de los mensajes y asume como propia la tarea de dar un impulso a la difusión internacional de la lengua española y de la cultura en español. Así, ha demostrado que la sensibilización con respecto a problemas sociales y medioambientales se puede incorporar en programas que educan e informan, pero también entretienen.

Santillana elabora sus contenidos de manera accesible tanto en el texto escolar como en los textos de lectura, con versiones en lenguaje braille y de mayor tamaño de tipografía para personas con dificultades de visión. Para las escuelas públicas de algunos países, la editorial hace CD con audio-descripciones de imagen de los libros como apoyo para alumnos con estas dificultades. Además, pone especial cuidado en la mención o en la sugerencia de páginas web dentro de los contenidos, de tal modo que toda página web sugerida en sus libros, ya sean en formato papel o en formato digital, es cuidadosamente analizada por los editores. En el caso de los libros en papel se incluye la fecha en que la página fue consultada por última vez para advertir a docentes y a padres y que ellos mismos las visiten antes de sugerirlas a los alumnos, por si se hubiera producido alguna mutación indeseable. En el caso de los contenidos digitales, los editores monitorean permanentemente los *links.*

Como extensión de sus productos educativos, PRISA contribuye a mejorar el tratamiento de los temas a través de seminarios, eventos y talleres de formación. Por ejemplo, en Brasil realiza talleres para periodistas de los principales medios con expertos pedagógicos con el objetivo de mejorar la comprensión del mundo de la educación de cara a su adecuado tratamiento informativo. También edita y publica manuales técnicos gratuitos sobre tendencias en las diferentes temáticas de la educación, para aumentar su divulgación y la dinamización de la comunidad educativa en las diferentes sociedades donde está presente.

Los medios de PRISA están suscritos al *Código para el fomento de la autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*, y la compañía respalda la aplicación del *Convenio de autorregulación de la publicidad en televisión*. Por su parte, las cadenas musicales del Grupo evitan en sus contenidos menciones expresas a temas que puedan herir sensibilidades o ser discriminatorios, con un especial cuidado en el horario infantil.

GESTIÓN RESPONSABLE

GESTIÓN RESPONSABLE DE NUESTROS PROFESIONALES

OBJETIVOS Y POLÍTICAS

La apuesta por la gestión responsable del capital humano en PRISA tiene como principales objetivos:

• Fomentar el **crecimiento profesional** y el **desarrollo personal** de cada empleado, en un ambiente en el que prevalezca la igualdad de oportunidades, la exclusión de discriminaciones y una estrategia de promoción basada 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 de 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 conseguir estos objetivos, las políticas de recursos humanos que realiza el Grupo van dirigidas a potenciar el desarrollo de profesionales independientes y comprometidos, así como a la formación de líderes en nuestros equipos, con el fin último de informar, educar, entretener y actuar de manera responsable ante la sociedad.

La diversidad geográfica, cultural y funcional de la plantilla de PRISA, los retos a los que se enfrenta el sector y la necesidad de contar con colaboradores externos para el desarrollo de nuestra actividad requieren de unas políticas de gestión eficaces, así como de unos principios y valores recogidos en el *Código Ético* de PRISA, aprobado por el Consejo de Administración del Grupo en 2015.

En 2017 se ha consolidado la Unidad de Cumplimiento, constituida en 2016, como órgano para la difundir en todo el Grupo los objetivos y políticas anteriores y fomentar una cultura de cumplimiento, así como medio de prevención y gestión de los incumplimientos.

Día Universal del Niño en *El País*.

UN GRAN EQUIPO DE PROFESIONALES

Tanto la política de contrataciones como la de formación del Grupo se enfocan a la adecuación 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 %, en concreto un 6 % para hombres y un 7 % para mujeres.

En España esta tasa es del 3 %, siendo igualmente un 3 % tanto para hombres como para mujeres. En Brasil es del 6 %, en Colombia del 11 % y en México del 12 %.

Las contrataciones representan un 13 % del total de la plantilla, de las que el 51 % corresponde a hombres y el 49 % a mujeres. En este sentido destacan las incorporaciones que se han realizado en Brasil con una tasa del 27 % sobre el total de la plantilla de este país, un porcentaje que en Colombia es del 24 % y en México del 21 %.

En cuanto al tipo de contrato, del total de la plantilla de PRISA, el 93 % tiene un contrato fijo y un 7 % un contrato temporal.

Para el reporte de indicadores de plantilla se ha cambiado de criterio en este ejercicio. Hasta el año 2016 se reportaba el dato de plantilla media, a partir del año 2017 el dato reportado es el de plantilla activa a 31 de diciembre.

Número de empleados de PRISA por región y género

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

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 Brasil 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 los respectivos convenios y países donde opera.

En cada uno de estos países, el salario inicial para los nuevos trabajadores de PRISA, supera siempre el mínimo local establecido.

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

Empleados por tipo de contrato

[1]RCT son Representantes de Comercio Temporales.

[2]RRCF son Representantes de Comercio Fijo.

	Contrato Temporal+Eventual+RCT[1]		Contrato Indefinido+RCF[2]	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Argentina	23	11	192	251
Bolivia	0	0	18	19
Brasil	0	0	357	453
Centroamérica Norte*	1	1	76	72
Costa Rica	12	1	29	30
Panamá	10	0	14	12
Chile	11	1	218	131
Colombia	11	4	716	532
Ecuador	0	0	72	46
España	96	103	1.593	1.295
México	6	3	290	262
Paraguay	0	0	18	19
Perú	91	57	74	81
Portugal	117	83	520	390
Puerto Rico	1	5	17	25
República Dominicana	0	0	76	45
Uruguay	0	0	9	11
USA	0	0	58	45
Venezuela	0	0	33	31
Subtotales	**379**	**269**	**4.380**	**3.750**
TOTAL	**648**		**8.130**	

Cálculo de la relación entre el salario inicial desglosado por género y el salario mínimo local

| Salario inicial estándar/salario mínimo por género y por región |

HOMBRES

MUJERES

NOTA: En Estados Unidos no se definen salarios mínimos para la rama de actividad del Grupo.

PRISA fomenta no solo 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 desarrollamos la actividad.

Salvo determinados puestos directivos, y atendiendo a la legislación vigente en cada país, el 63 % del personal está acogido a los convenios de sus respectivas empresas llegando a ser en España del 99 %. Estos convenios ofrecen mejoras en las condiciones laborales de los profesionales para que puedan desarrollar su trabajo en un entorno laboral estimulante y competitivo.

Los trabajadores cuentan con libertad sindical y el Grupo fomenta el diálogo social necesario para el desarrollo del negocio. PRISA 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 distintos países.

Porcentaje de altos directivos[1] procedentes de la comunidad local[2-3]

País	Porcentaje
Argentina	95 %
Bolivia	100 %
Brasil	90 %
Centroamérica Norte	95 %
Costa Rica	75 %
Panamá	0 %
Chile	92 %
Colombia	89 %
Ecuador	75 %
España	99 %
México	73 %
Paraguay	75 %
Perú	80 %
Portugal	93 %
Puerto Rico	0 %
República Dominicana	60 %
Uruguay	100 %
USA	50 %
Venezuela	100 %
TOTAL	**90 %**

[1]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.

[2]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).

[3]Se trata de la proporción de los altos directivos locales sobre el total de altos directivos de cada país.

FORMACIÓN DE EMPLEADOS

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 y calidad.

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 tanto a nivel presencial como formación *on line* (PRISA Campus).

El gasto de formación reflejado en la cuenta de resultados es de 721.000 € siendo el 52 % en España y el resto internacional. Se han impartido, 39.178 horas durante el ejercicio, siendo el promedio de 4 horas de formación por persona.

En formación presencial durante el año 2017 se ha continuado consolidando la coordinación transversal para optimizar los planes de formación de las unidades de negocio con el fin de mejorar los resultados de satisfacción y el alcance material de todos ellos. Hemos pasado de 788 alumnos formados en 2016, a un total de 812 alumnos* en 2017 (solo contabilizando España). En perspectiva comparada con respecto a 2015, que fue cuando comenzamos con la misión de aumentar la eficacia y calidad de la formación, cuantitativamente supone un incremento acumulado del 38,5 %. En el plano cualitativo, la valoración de la formación a nivel grupo en promedio ha crecido desde el 7,89 de 2015 y el 8,12 de 2016, hasta llegar al 8,35 de 2017. En cuanto a la valoración del profesorado seleccionado para impartirla se ha mantenido en los niveles de excelencia planificados logrando un 8,19 en 2017 (en 2016 se obtuvo un 8,3).

En 2017 en cuanto a transformación digital se continuó profundizando en aspectos formativos con las siguientes acciones clave con el fin de acelerar la cualificación y la productividad:

- Curso de jefe de producto digital transversal para todas las empresas del Grupo diseñado junto a la EOI.
- Curso de marketing digital avanzado para los equipos de marketing de PRISA Noticias diseñado junto a ESIC.
- Curso de liderazgo digital para la redacción de *El País* diseñado junto a ESADE.
- Curso de ciberseguridad para los equipos de tecnología diseñado junto a INCIBE y la EOI.
- Curso de compra-venta de publicidad programática diseñado junto a BEJOB para PRISA Campus.

En transformación de RR.HH. se puso el foco en la fuerza comercial de PBS, como primer hito para extender sus resultados a otras unidades de negocio. En este sentido, las acciones fueron las siguientes:

- Diseño de un modelo de identificación y medición del talento (lanzado en el área de tecnología en 2016).
- Diseño de un plan de desarrollo profesional.

- Diseño de un plan de sucesión.
- Diseño de una matriz competencial para guiar la formación.

Así, para alimentar esa matriz competencial y mejorar el clima y la cohesión de los equipos comerciales, se diseñó un programa integral formativo orientado tanto a las competencias digitales como a las competencias directivas y de trabajo en equipo.

* Alumno: profesional que acude a un curso. Un mismo profesional ha podido asistir a más de un curso en un año.

En transformación de procesos, el foco estuvo puesto en diseñar y apoyar la consolidación de una oficina de proyectos en el área de tecnología para lograr un cambio cultural que fuera extensible a otras áreas de la organización. En esta misma línea, se colaboró con PBS diseñando una plataforma de gestión del conocimiento para la fuerza comercial internacional.

PRISA Campus es el portal de formación *on line* 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 2017 crecimos en 468 nuevos usuarios, se logró cuantificar un total de 2.176 alumnos registrados y 374 alumnos han sido los que han finalizado alguno de los cursos y módulos ofertados.

Durante 2017 se incorporaron 7 nuevos cursos a la oferta de PRISA Campus:

- Clase maestra de fundamentos en ciberseguridad.
- Curso de Symfony.
- Curso de transformación digital estratégica.
- Curso de compra-venta de publicidad programática.
- Curso de herramientas E365.
- Curso de introducción al marketing digital.
- Curso de introducción al HTML5.

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 que se valora el 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 2017, el porcentaje de empleados sujetos a evaluación del desempeño (1) ha sido del 33 % distribuido de la siguiente manera por categorías profesionales:

(1) Considerando el ratio empleados con cualquier retribución variable/plantilla activa cierre del ejercicio.

Porcentaje de empleados sujetos a evaluación del desempeño[1]

| por categorías profesionales |

Categorías profesionales	Dato del Grupo
Personal directivo	75 %
Mando intermedio	56 %
Personal técnico cualificado	22 %
Otro personal	43 %
Total personas con variable /plantilla total	33 %

La proporción entre el personal con retribución variable sobre el total de personal por categoría es la siguiente:

Personal por categoría

	Hombres	Mujeres
Personal directivo	71 %	81 %
Mandos Intermedios	56 %	56 %
Personal técnico cualificado	21 %	22 %
Otro personal	40 %	47 %

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.

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.
- Compromiso de creación de entornos laborales positivos, prevenir comportamientos de acoso y perseguir y solucionar los casos que se produzcan.

Por lo que respecta a la distribución de hombres y mujeres, la plantilla activa de PRISA a 31 de diciembre es de 8.778, de los que 4.019 (46 %) son mujeres y 4.759 (54 %) hombres.

Asimismo, del total de los 367 puestos directivos, el 32,9 % son ocupados por mujeres.

Empleados por género y categoría profesional

| por género y categoría profesional |

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.

En el año 2017, el Servicio de Prevención Mancomunado ha completado en todas las empresas la identificación de factores de riesgo psicosocial que pueda suponer un riesgo para la salud de los trabajadores.

Se han realizado las auditorias reglamentarias de prevención a las empresas a las que correspondía, de un modo satisfactorio.

Así mismo, han continuado las reuniones trimestrales con todos los Comités de seguridad y salud.

También, se han implementado las medidas de evacuación en caso de emergencias.

En resumen, velar en todo momento por la mejora continua de las condiciones de trabajo.

En concreto, el 86 % 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. Asimismo, a nivel global, el 42 % de los empleados del Grupo están representados en este tipo de comités.

Respecto a los indicadores de accidentalidad, a lo largo de 2017 se han producido 78 accidentes de trabajo (32 hombres y 46 mujeres); produciéndose un accidente con víctima mortal. La tasa de absentismo del Grupo PRISA es del 1,77 %.

Por otro lado, el índice de gravedad ha sido de 0,16, el de incidencia 8,89 y el de frecuencia ha resultado 4,75.

Índices de absentismo, gravedad, incidencia y frecuencia

Índices[1]	Datos del Grupo
Absentismo	1,77 %
Gravedad	0,16
Incidencia	8,89
Frecuencia	4,75

[1]Índice de absentismo: (Nº total horas de absentismo / Nº total horas trabajadas) x 100; índice de gravedad: (Nº jornadas perdidas / Nº de horas trabajadas) x 1.000; índice de frecuencia: (Nº total de accidentes con baja / Nº total de horas trabajadas) x 1.000.000; e índice de incidencia: (Nº accidentes con baja en jornada laboral / Nº promedio de trabajadores) x 1000

BENEFICIOS SOCIALES

Es voluntad del Grupo que las empresas cuenten con los beneficios sociales adecuados para conferir la competitividad necesaria para contar con los mejores profesionales. Cada uno de los 23 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 durante el año 2017 sigue implantado para las sociedades de España con todo el catálogo de productos. Asimismo, las sociedades del Grupo en Portugal cuentan con un sistema similar de retribución.

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 2017 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 a las actuaciones en materia de conciliación que se han llevado a cabo en el Grupo, el 97 % de los empleados se han reincorporado tras su baja por maternidad o paternidad.

Índice de reincorporación al trabajo[1]

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

Hombres	Mujeres	Total
100 %	95 %	**97 %**

GESTIÓN RESPONSABLE DE NUESTROS USUARIOS Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La tecnología digital ha afianzado a las personas como el centro de la estrategia de las organizaciones empresariales. El tener a los usuarios cada vez más cerca ha permitido que compañías como PRISA puedan conocer mejor sus hábitos y necesidades para ofrecerles una experiencia más enriquecedora y completa. Esto conlleva un esfuerzo de gestión responsable de esa relación con los usuarios por parte de la compañía, que parte de la propia preparación de los equipos profesionales ante el reto de la transformación digital. Afortunadamente es un camino que PRISA lleva recorriendo varios años y que ha impulsado una cultura transformadora importante y atenta a continuos cambios, desarrollo de nuevas habilidades, procesos innovadores y nuevas formas de trabajo imprescindibles para afrontar las nuevas oportunidades que ofrecen las tecnología y los entornos digitales.

El diálogo directo de los medios de comunicación con sus lectores es una práctica ya instaurada en el Grupo y que apoyada por la tecnología permite que el usuario note su participación activa tanto en la opinión colectiva como en la creación del contenido y por tanto que las audiencias aumenten.

Esta preocupación por el usuario se replica en todos los rincones de la compañía. En Santillana, por ejemplo, gracias a la tecnología se han podido aplicar las fórmulas metodológicas que forman parte del actual cambio en las escuelas y donde padres, alumnos y miembros de la comunidad educativa son piezas fundamentales. Tal es el caso del proyecto SET VEINTIUNO, la propuesta que lleva Santillana a diversos centros de España y Latinoamérica para educar al ciudadano del siglo XXI a través del desarrollo de habilidades y competencias que los escolares necesitan para garantizar su futuro en la sociedad de Internet y del conocimiento. Así mismo, el evento Expedición SET VEINTIUNO se propuso el objetivo de introducir a los profesionales de la enseñanza en un nuevo paradigma educativo: las «Habilidades del siglo XXI» (o 21st Century Skills), que se fundamentan en las investigaciones realizadas por organizaciones internacionales como UNESCO o el Consorcio Internacional para el Desarrollo de las Habilidades 21.

También se ha desarrollado este último año la tercera convocatoria de SantillanaLAB, la plataforma que sirve de punto de encuentro de expertos de diferentes ámbitos educativos en relación a la innovación, lo que permite que Santillana obtenga una amplia visión de las últimas tendencias. El proyecto continua con la reflexión sobre algunas líneas de interés estratégico para Santillana, como el papel del vídeo educativo, el impacto de los nuevos lenguajes y formatos o la presencia de la cultura maker en la escuela.

Por otra parte SantillanaLAB está abierto a las distintas dimensiones de la comunidad educativa y al análisis profundo de los cambios que ocurren en las escuelas junto a espacios propios de conversación virtual como Inevery CREA.

La preocupación por estar acorde con los intereses de los usuarios se materializa también en los medios de PRISA Noticias a través de la estrecha relación comunicativa que los periodistas mantienen con los lectores en las redes sociales. Esto aporta diversidad, pluralidad de opiniones y un gran valor añadido a las marcas en una comunidad que supera los 20 millones de seguidores en las principales plataformas (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube).

El País, como ejemplo, va allí donde están sus usuarios y presta atención al interés suscitado por los diferentes formatos de vídeo ya afianzados en las redes sociales. Precisamente el vídeo ha adquirido un peso fundamental en las coberturas de algunos de los momentos clave del año como los atentados de Cataluña o la cobertura del proceso independentista catalán. Adicionalmente, *El País* ha aumentado su presencia en otras plataformas audiovisuales como Periscope.

Una experiencia óptima del usuario se basa en que el acceso a los contenidos sea rápido y preciso. Por eso, *El País*, en constante apuesta por la innovación, introdujo un nuevo sistema de Página Móviles Aceleradas (significados en español de las siglas AMP) promovido por Google, que multiplica por cuatro la velocidad de búsqueda y descarga de las noticias a través de móviles o tabletas, que no han parado de crecer como dispositivos de acceso llegando a generar el 64 % de tráfico de entrada de la web.

Otro canal importante de comunicación entre los lectores y *El País* es la figura del Defensor del

Redacción de *El País*.

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 colecciones 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*. La existencia de esta figura y su permanencia a lo largo de los años, pone de manifiesto la apuesta de la dirección del periódico y del Grupo por la transparencia informativa y el respeto a los principios éticos que presiden esta profesión.

2017 concluyó con cifras récord de audiencia para *El País* gracias a que el periódico se ha abierto a nuevos retos y ha querido estar presente y a la vanguardia en temas sociales de nuestro tiempo como es la lucha de las mujeres por la igualdad, la crisis catalana o como medio de referencia en los procesos electorales más importantes de Latinoamérica. Todo ello manteniendo en todo momento la línea de rigor informativo y la firmeza editorial para conservar la confianza de los millones de lectores en español y portugués que lo consultan cada día para orientarse en un mundo oscurecido por noticias falsas y medias verdades.

Siempre con el usuario como centro de atención, durante el 2017 el programa exclusivo para suscriptores, *El País* +, ha continuado ofreciendo las mejores propuestas culturales gratuitas como valor añadido a su fidelidad. Contenidos que, como los encuentros con artistas musicales, ahora pueden seguir miles de espectadores de todo el mundo gracias a la retrasmisión en directo a través de Facebook Live. Por otra parte, y con la misma pretensión de ofrecer un servicio completo al lector, aparece *El País Escaparate*, una sección con las mejores recomendaciones para comprar *on line* donde expertos y periodistas prueban, seleccionan y analizan productos y servicios que se pueden adquirir en Internet, para que los usuarios optimicen tiempo y dinero.

El diálogo plural y participativo continua potenciando la función social de las emisoras de PRISA Radio, donde se ha continuado dando voz a las personas a través de las nuevas tecnologías que se suman a los canales de interacción ya existentes, como los comentarios a través de la web, las redes sociales o las intervenciones en antena. Este esfuerzo por conquistar la atención del oyente ha vuelto a confirmar un año más el liderazgo de las radios del Grupo, tal y como confirma el EGM con 4.336.000 oyentes y 25 años de liderazgo ininterrumpidos en todas las franjas horarias.

Con la tecnología siempre como aliado, PRISA Radio ha podido contar con el Proyecto Hertz, que gracias a la financiación del fondo Google DNI (Digital News Initiative) continua un año más mejorando el consumo de audio bajo demanda a través de la transcripción y distribución del mismo.

Otra plataforma que ha seguido evolucionando positivamente como oferta innovadora para los oyentes de radio es Podium Podcast, la red global de podcasts en español que cuenta con web y app propias e incluso multidistribución en agregadores de audio digital, que en su primer año de operaciones ha tenido más de diez millones de descargas.

Este año también ha estado marcado por el rediseño de varios *sites* de radios habladas y musicales de América 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 consumo móvil demandado por los oyentes. En este sentido, las aplicaciones para móviles han sido objeto de diversas mejoras e innovaciones con proyectos como la plataforma corporativa Relicapp, que implica a varias emisoras del grupo, tanto en España como en América, y que han mejorado su interacción con los usuarios. Por su parte Cadena Ser y LOS40 han aumentado la capacidad de sus aplicaciones para permitir el consumo de programas a la carta en el mismo entorno. Con proyectos como las cuatro radios temáticas de OnePlayer de LOS40.

En lo que respecta a nuestros profesionales, durante 2017 se ha continuado impulsando las iniciativas dentro del proyecto general de transformación y cambio de modelo organizativo. El objetivo general es continuar instaurando la cultura de organización capaz de desarrollarse plenamente en la economía digital, favoreciendo un rendimiento creciente en la producción de valor del Grupo y cultivando el sentimiento de pertenencia.

Las líneas de actuación interna son:

• Evolución orgánica del ecosistema Toyoutome para fortalecer el cambio cultural (intranet global, newsletter, Twitter, etc.). 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).

• Recalificación y conversión del capital humano a las nuevas necesidades productivas a través de formación y movilidad interna (PRISA Campus y PRISA Jobs).

• 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).

También hemos reforzado el área de experiencia y diseño de los servicios, fundamental para el desarrollo estratégico de nuestros productos. Cómo líder de la industria, PRISA debe estar a la vanguardia de las mejores experiencias de consumo de información. Buscando también la mejor manera de gestionar el valor que ofrece el big data, lo que permite poder entender y anticipar la mejor manera de contribuir a la creación y divulgación de contenidos a la vez que mejoramos el impacto del Grupo en la sociedad.

GESTIÓN RESPONSABLE DE LA COMUNICACIÓN

La Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo tiene en cuenta los objetivos finales de la compañía para establecer estrategias y acciones que logren esos objetivos, asumiendo la responsabilidad de la imagen y cultura corporativa, el posi- cionamiento de sus marcas y de su alta dirección. Todo ello centrado en la mejora permanente de la reputación y dirigido a cada uno de los públicos internos y externos de la empresa.

Somos conscientes de que la reputación se construye cultivándola desde distintas perspectivas y siendo responsabilidad de todos los miembros de la organización. La Dirección de Comunicación y Marketing Corporativo no solo gestiona la reputación de la compañía, sino que vela por la transparencia, la confianza, el diálogo y la ética de PRISA a través de: comunicación proactiva medible, impulso de la marca, eventos y contenidos, comunicación interna y responsabilidad social.

En el centro de los valores de PRISA se sitúan las personas, que son el eje de rotación de todas las actividades de comunicación y marketing. En este sentido, la comunicación interna juega un papel fundamental en el desarrollo del capital humano que compone el Grupo, como principal activo. Toyoutome da nombre a nuestra intranet, plataforma común y global que aporta a nuestros profesionales toda la información relativa a la empresa y es punto de encuentro entre compañeros y acceso a las herramientas de conocimiento, formación e

innovación. A esta plataforma se añaden varios productos de comunicación directa como el *tuit* semanal en el que, a modo de *newsletter,* compartimos temas relacionados con la transformación y la innovación, el blog externo de tendencias digitales, y destacamos los mejores contenidos y propuestas del Grupo.

La compañía cuenta con un Comité de Comunicación, que es el órgano establecido para apoyar, coordinar y evaluar las estrategias, los procedimientos y las necesidades operativas de las Unidades de Negocio en materia de comunicación e identidad corporativa, para garantizar la consecución de los objetivos de la compañía en dicha materia y el tratamiento integral de sus mensajes. Presidido por el Consejero delegado, lo componen todos los dircom del Grupo. Además, cuenta con la presencia de la Dirección de Relación con Analistas e Inversores, la Dirección de Marketing y Comercial, y la Dirección de Recursos Humanos para fortalecer la comunicación interna. Excepcionalmente, también asisten expertos de todo género que sean requeridos por la dirección del Comité, tanto internos como externos.

Junto a las direcciones de comunicación y marketing de las unidades de negocio, se ha redoblado la atención a la gestión de las marcas del Grupo, para que sean verdaderas garantías de credibilidad y de calidad para nuestros grupos de interés, además de elementos diferenciadores y de fidelización. Sin olvidar la relevante necesidad de cultivar la fuerza motivadora y de compromiso que tienen nuestras marcas para todos los trabajadores de PRISA.

GESTIÓN RESPONSABLE DE NUESTROS PROVEDORES

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 con criterios de eficiencia, cobertura, capacidad técnica y productiva, además de garantizar la integridad y el respeto de los derechos humanos y la protección medioambiental. La Dirección de Compras canaliza las relaciones con todas las empresas del grupo, garantizando un procedimiento basado en la objetividad, la transparencia y la no discriminación, coherente con los principios recogidos en el *Código Ético* de PRISA y actuando siempre bajo las siguientes premisas:

- 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.
- Tanto los criterios de decisión como el resultado se comunicarán al proveedor. Se establecerán planes de mejora continua con los proveedores con el objetivo de aumentar la calidad y el beneficio para ambas partes.

Distribución de proveedores por unidad de negocio con los que ha habido relación comercial en 2017

EL IMPACTO DE NUESTRAS COMPRAS

Durante el ejercicio hemos realizado operaciones con proveedores que han generado más de 1.120 millones de euros de gasto para el Grupo. Es evidente, por tanto, la importancia de gestionar nuestra cadena de valor y los impactos indirectos asociados a ella.

PRISA apuesta por el desarrollo local de sus proveedores en los países en los que opera, de forma que aproximadamente el 84,59 % 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 o servicio.

Volumen de pagos

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 tanto a los generadores de contenidos como a los suministradores de derechos de uso de películas, programas, editoriales, etc. Incluye también la producción industrial.
- Servicios generales: suministros energéticos, viajes, vehículos, seguros, etc.
- Medios y RR. PP.: agencias de publicidad, medios, etc.
- Logística.
- Infraestructuras: alquiler y mantenimiento de edificios, además de sus remodelaciones.

PRISA no ha identificado impactos significativos en materia social y de derechos humanos en su cadena de valor a través de sus canales de comunicación, 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 65,19 % 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.

PROCESO DE HOMOLOGACIÓN Y SELECCIÓN DE PROVEDORES

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 —dentro 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 2017 el Grupo ha mantenido actividad con 39.048 proveedores, de los que 3.611 son proveedores homologados del Grupo, habiéndose incorporado 148 durante el ejercicio.

Una vez que un proveedor participa en un proceso de negociación, la selección final se basa en cuatro 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.

EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE PROVEDORES

Para algunos de los proveedores más representativos según el volumen de facturación a nivel de Grupo y para cada unidad de negocio, se realiza un seguimiento y una evaluación periódica respecto a siete 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 el 2017 se han evaluado 119 nuevos proveedores en materia de medioambiente, prácticas laborales, derechos humanos y otros aspectos sociales.

Porcentaje de los nuevos provedores evaluados en cada materia

Materia	Porcentaje
Medioambiente	48 %
Prácticas laborales	47 %
Derechos humanos	48 %
Aspectos sociales	48 %

Número de provedores por origen geográfico

País	Nº de provedores	Gasto total en compras (M€)	% de compra local
Argentina	1257	19.602.006 €	90 %
Alemania	9	535.709 €	0 %
Austria	2	240.659 €	0 %
Bélgica	0	388.069 €	0 %
Bolivia	66	444.663 €	34 %
Brasil	5698	78.172.875 €	86 %
Chile	1533	18.398.032 €	86 %
China	9	8.302.114 €	0 %
Canadá	10	6.325.735 €	0 %
Colombia	3750	46.442.225 €	87 %
Corea del Sur	1	20.352 €	0 %
Cuba	0	4.286 €	0 %
CAS[1]	402	13.985.358 €	76 %
Dinamarca	0	2.303 €	0 %
Ecuador	1341	17.940.192 €	89 %
CAN[2]	4333	13.272.405 €	79 %
Emiratos Árabes	0	274 €	0 %
España	12656	589.872.039 €	83 %
EE.UU.	318	20.936.610 €	91 %
Francia	21	1.393.426 €	0 %
Finlandia	0	872.297 €	0 %
Holanda	4	500.128 €	0 %
Hong Kong	8	7.528.121 €	0 %
Italia	4	2.296.243 €	0 %
India	7	383.561 €	0 %
Irlanda	7	498.759 €	0 %
Israel	1	331.890 €	0 %
México	1905	83.777.921 €	86 %
Paraguay	720	1.001.202 €	85 %
Perú	1670	19.051.569 €	0 %
Polonia	2	134.191 €	0 %
Portugal	2473	154.586.000 €	0 %
Puerto Rico	5	345.803 €	67 %
Inglaterra	149	3.214.866 €	0 %
República Dominicana	484	3.119.848 €	53 %
Rusia	0	82.733 €	0 %
Singapur	4	1.512.178 €	0 %
Suiza	0	44.487 €	0 %
Suecia	0	349.254 €	0 %
Turquía	0	2.289 €	0 %
Tailandia	1	106.956 €	0 %
Uruguay	123	1.887.490 €	96 %
Venezuela	56	765.460 €	100 %
Resto	19	2.031.665 €	0 %
Total	**39.048**	**1.120.704.242 €**	**85 %**

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

GESTIÓN RESPONSABLE DEL MEDIOAMBIENTE

OBJETIVOS Y POLÍTICAS

Dentro del desarrollo de sus actividades de negocio, PRISA está comprometida con el respeto del medioambiente, la reducción de 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 para proporcionar productos y servicios seguros, que respeten el medioambiente durante todo su ciclo de vida. De acuerdo con la misma, PRISA:

- Cumplirá los requisitos legales aplicables y cuando sea posible se anticipará a los mismos.
- Perseguirá activamente la reducción y la 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 medioambiente.
- Se cerciorará de la seguridad en sus operaciones industriales para evitar incidentes y efectos negativos sobre el medioambiente.

Esta política se articula en tres niveles de actuación:

1) Control de consumos.
2) Control de emisiones.
3) Control de residuos.

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 tabla siguiente, el consumo más relevante para PRISA es el del papel y el cartón.

Los proveedores con los que trabaja el Grupo cumplen —como premisa básica— con todos los criterios legales y 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 solicita a todos sus proveedores en Estados Unidos que estén certificados por el Forest SteWardship Council (FSC) y por Sustainable Forestry Initiative (SFI); adicionalmente, su principal 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. 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 62 % 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 9 % de la materia prima.

Consumos

Materia	Consumo (ton)	% consumido que se envía a reciclar o valorizar	Renovable
	2017	2017	
Papel	75.601,55	32,04 %	Sí
Cartón	247,03	100,00 %	Sí
Tintas	629,01	0,00 %	No
Planchas de aluminio	160,65	100,00 %	Si
Adhesivo	33,00	0,00 %	No
Plástico	10,00	100,00 %	Si

CICLO DEL PAPEL EN PRISA

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 481,54 en España.

En un entorno sectorial marcado por la digitalización de contenidos y de soportes, se están llevando a cabo acciones de reducción de nuestro consumo de papel progresivamente. Estas acciones se están realizando en Argentina, Colombia, Perú, Guatemala, Honduras, El Salvador o Portugal. En México se ha centralizado el consumo de papel, produciéndose un descenso de su consumo.

1.2 Consumo de agua

El consumo de agua en PRISA en el ejercicio 2017 ha sido de 236.905,3 m^3, procedente fundamentalmente de la red municipal.

1.3 Consumo energético

El consumo total de la organización durante 2017 fue de 381.001 GJ, asociado principalmente al consumo de combustibles y electricidad.

2. CONTROL DE EMISIONES

PRISA realiza la medición y el seguimiento de las emisiones derivadas de sus actividades. En este sentido y para ampliar la medición de dichas emisiones, se recopila información de los desplazamientos de los empleados y desde la Dirección de Compras Corporativa, siendo esta una fuente significativa de emisiones considerando las actividades desarrolladas por PRISA.

La información de emisiones relativas al ejercicio 2017 se presenta atendiendo al alcance o Scope de emisiones definido por el estándar GHG Protocol.

Se han llevado a cabo diversas iniciativas relativas a la sustitución de lámparas por tecnología más eficiente en diferentes países del Grupo PRISA, resultando en un ahorro energético respecto al año anterior de 1.377 GJ, lo que traducido en emisiones de CO_2eq supone un ahorro de 126,187 toneladas de CO_2eq.

La intensidad de emisiones para el ejercicio 2017 es de 58,84 ton CO_2 equivalente por cada millón de euros facturados.

A continuación se incluye el desglose de la información relativa al Scope 3 de emisiones, obtenida a partir de los datos de los viajes realizados por los empleados y el consumo de papel.

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, las tintas y los barnices, el papel y el cartón, la tipología más significativa.

Se ha producido un descenso en la generación de residuos, derivado principalmente de la reducción del consumo de papel y cartón en el Grupo respecto al ejercicio anterior.

Consumo energético

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

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

[3] Calculada considerando la facturación de 2017 del Grupo PRISA, excluyendo la facturación de Radio en México y Costa Rica.

Consumo energético		Consumo GJ[1-2]	Intensidad energética (GJ/MM€)[3]
		2017	2017
Consumo eléctrico		246.255	210,35
Combustibles	Gas Natural	15.106	12,903
	Gasoil	119.640	102,195

Emisiones de CO_2

Viajes de Negocio		Distancia viajada en km	Emisiones de GEI (TCO_{2eq})
Avión	Vuelos corta distancia	11.608.672,46	3.104,62
	Vuelos media distancia	6.649.509,51	1.070,77
	Vuelos larga distancia	54.834.442,00	10.827,06
Tren		4.774.709,00	223,36
Coche	Gasolina	31.967.749,27	5.718,07

Producto	Toneladas de papel *Solo España	Emisiones de GEI (TCO_{2eq})
Papel	34.171	16.454,70

Toneladas de CO_2eq y porcentaje de emisiones por Scope

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

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

[3] 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.

Control de residuos

Tipo de residuo		Toneladas 2017	Destino
Residuos peligrosos	Tintas y barnices	19,841	Gestor autorizado
	RAEE	3,73	Reciclaje
	Revelador de plancha	25,87	Gestor autorizado
	Residuos Construcción Demolición	56,46	Gestor autorizado
	RSU	503,74	Gestor autorizado
	Madera	44,60	Gestor autorizado
	Otros	37,31	Reciclaje/Gestor Autorizado
Residuos no peligrosos	Papel y cartón	5554,76	Reciclaje/Gestor Autorizado
	RAEE	0,14	Reciclaje
	Plásticos	53,79	Reciclaje
	RSU	4,92	Reciclaje/Gestor Autorizado
	Vidrio	2,52	Reciclaje
	Madera	41,48	Reciclaje
	Planchas	282,64	Reciclaje
	Agua de limpieza	21,00	ND
	GRCs	4,26	ND

NOTA: No entran al alcance tóners, ordenadores y equipos gestionados en Brasil, así como luminarias y plásticos gestionados en Perú.

ACCIÓN SOCIAL, CULTURAL Y MEDIOAMBIENTAL

Desde sus inicios PRISA trabaja con el firme compromiso de favorecer la cooperación y la solidaridad mundial para construir entre todos un mundo mejor, y esta vocación coincide plenamente con los Nuevos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Las alianzas estratégicas para establecer puentes que permitan poner en valor lo mejor de cada organización, que enmarcamos en el ODS 17, son una constante en nuestra trayectoria, y en 2017 hemos continuado trabajando de la mano y coordinación con las Agencias de Naciones Unidas, UNESCO y FAO, y hemos suscrito un nuevo convenio de colaboración con UNICEF para reforzar el tratamiento de los temas de infancia y visibilizar el trabajo que desarrollan. Estas alianzas afianzan nuestro compromiso de impulsar la información sobre desarrollo sostenible, educación, periodismo de calidad e infancia, reconociendo que la mejor comprensión del mundo se logra compartiendo conocimiento, fomentando el debate y aprovechando la experiencia de especialistas.

PRISA colabora activamente con la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) en la cobertura, el tratamiento y la difusión de la información sobre desarrollo sostenible, hambre, alimentación y pobreza. Lo hacemos desde la sede de la FAO en Roma con un periodista de Planeta Futuro, el espacio de *El País* dedicado a desarrollo sostenible. De este modo *El País* tiene acceso directo a las publicaciones del organismo para elaborar noticias de temas tan importantes como la pobreza, el cambio climático, la salud global o la educación como motores para el desarrollo, y supone una oportunidad para difundir estos temas en lengua española y ampliar su impacto en América Latina, la región que más ha avanzado en la lucha contra el hambre en los últimos diez años. Además de los contenidos permanentes que elaboramos y difundimos, en 2017 celebramos un Foro Internacional de los Derechos Humanos (DD.HH.) en colaboración con la FAO y el Pacto Mundial de Naciones Unidas en Madrid, con motivo del Día Internacional de los DD.HH.

Trabajamos también con la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia, la Cultura y la Comunicación (UNESCO) para promover valores comunes tales como la libertad de expresión, la libertad de prensa y la seguridad de

FIDH
FORO INTERNACIONAL DE DERECHOS HUMANOS
de lo global a lo local
MAD 2017

Fernando García Casas, Secretario de Estado de Cooperación Internacional, clausura el Foro Internacional de los Derechos Humanos.

PRISA

Acción social, cultural y medioambiental

ALIANZAS

Sociedad y cultura

UNESCO
200 ANIVERSARIO TEATRO REAL
MACBA
CENTRO BOTÍN
MUSEO REINA SOFÍA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA FUNDACIÓN UAM
FUNDACIÓN SERES
FAD
PRO CNIC
FUNDACIÓN CAROLINA
INSTITUTO CERVANTES
presencia en ferias:
ARCO, FIL, CILE,FERIA DEL LIBRO DE MADRID

Desarrollo económico

FAO
UNICEF
FORO IBEROAMÉRICA
SPAIN INVESTORS DAY
CONSEJO EMPRESARIAL ALIANZA POR IBEROAMÉRICA (CEAPI)
EUROPEAN PUBLISHERS COUNCIL
CLUB DE ROMA
FUNDACIÓN CYD
PALEY CENTER
asociaciones profesionales:
IAB, IPI, SIP, ANELE, FGEE, CEDRO, ARI, APD, y ASIMELEC, DIRSE, CEDE, AMERICAN SOCIETY, WORLD ECONOMIC FORUM, CONSEJO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA

Defensa medioambiental

LA HORA DEL PLANETA
COMUNIDAD POR EL CLIMA

DINAMIZADOR

Premios institucionales

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

Fomento de la educación

EL PAÍS CON TU FUTURO
EL PAÍS DE LOS ESTUDIANTES
GRANDES PROFES
FundaciónSantillana
SEMANA DE LA EDUCACIÓN
FESTIVAL IBEROAMERICANO DE LITERATURA INFANTIL Y JUVENIL
FORO LATINOAMERICANO DE EDUCACIÓN

Diálogo social

Foros y encuentros de debate:
EL PAÍS RETINA
SOCIEDAD CIVIL
EL PAÍS 40
INVERTIR EN PAÍSES DE AMÉRICA LATINA
DESAYUNOS DE REDACCIÓN EL PAÍS
DESAYUNOS DE REDACCIÓN CINCO DÍAS

Apuesta por la cultura y la comunicación

FundaciónSantillana
MASTER EN GOBERNANZA Y DERECHOS HUMANOS
INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS
CONGRESO DE PERIODISMO CULTURAL
CONVERSACIONES LITERARIAS EN FORMENTOR

Compromiso y transparencia

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
UN GLOBAL COMPACT Network Spain WE SUPPORT
Global Reporting Initiative
FTSE4Good
WAN IFRA
LENA LEADING EUROPEAN NEWSPAPER ALLIANCE
E&P
LA ESCUELA DE PERIODISMO UAM - EL PAÍS

los periodistas, garantes de una sociedad plural y democrática, y la educación, en particular la formación docente. PRISA es el primer grupo de comunicación aliado de la UNESCO y, en el terreno educativo, el acuerdo se centra especialmente en promover la expansión y la mejora de la educación en Latinoamérica a través de la formación de los docentes, así como en la adecuada utilización de los recursos pedagógicos, el empleo de las tecnologías y la mejora de la evaluación y de la gestión educativa. En 2017 hemos diseñado y promovido una campaña de sensibilización llamada «Sin respeto no hay juego» para denunciar la violencia y la discriminación en el deporte, movilizando a los principales clubes de futbol y con talleres de formación en colegios españoles.

PRISA tiene por bandera la defensa de la libertad de expresión, de conciencia, de los derechos humanos y del desarrollo sostenible como parte consustancial del conjunto del Grupo desde su nacimiento. Lo impulsa de manera permanente a través de sus contenidos, pero además desarrolla una intensa acción social, cultural y medioambiental a través de diferentes iniciativas y proyectos propios pero también participando en relevantes plataformas sociales y organizaciones que promueven estos mismos valores.

Como muestra de ello, PRISA es socio activo del Pacto Mundial de las Naciones Unidas a través de su Red Española. Comprometida con los Diez Principios que esta organización global promueve los derechos humanos, la lucha contra la corrupción, los derechos laborales y el cuidado del medioambiente. Formamos parte de su Comité Ejecutivo, apoyamos activamente todas sus iniciativas y desarrollamos proyectos concretos con ellos para promover el debate y divulgar los ODS de la Agenda 2030. En 2017 hemos renovado nuestro compromiso como cada año.

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 Asesor, en el Comité de Comunicación y en el jurado de sus Premios anuales a la Innovación y el Compromiso Social de la Empresa. Además, ha participado en el desarrollo de los foros «CEO Talks» , que promueven una visión de la RSC y la creación de valor compartido desde el liderazgo de la empresa y la innovación social.

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 Latina con la Organización de Estados Iberoamericanos, el Banco Interamericano 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 Empresa y Crecimiento, el Instituto Europeo di Design (IED) y la Fundación Príncipe de Asturias. Entre 2016 y hasta finales del 2018 el Grupo participará en el patrocinio del evento de excepcional interés público del Bicentenario del Teatro Real, ampliando nuestra colaboración habitual. En 2017 hemos apoyado el lanzamiento del Centro Botín en Santander como parte de nuestra apuesta por la cultura y la educación con apoyo publicitario de sus primeras actividades.

En materia de educación universitaria el Grupo coopera con distintas universidades españolas y latinoamericanas, entre ellas la Universidad Autónoma de Madrid, de la que somos patronos y con la que desarrollamos las actividades de la Escuela de Periodismo UAM-*El País* y el Máster de Gobernanza y Derechos Humanos de la Cátedra de Estudios Iberoamericanos Jesús de Polanco. También colaboramos con la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, el Instituto Tecnológico de Monterrey (TEC) y la Cátedra Mario Vargas Llosa, entre otras. 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. Estamos también presentes como patronos en la Fundación Conocimiento y Desarrollo (CYD), que promueve la excelencia en la universidad a través de Informes y rankings.

Los medios de comunicación de PRISA se han convertido en altavoces permanentes de numerosas campañas promovidas por instituciones desde donde potenciamos nuestra vocación de servicio a la comunidad global gracias a nuestra capacidad de prescripción y difusión de contenidos y actividades para concienciar y movilizar a la sociedad. Colaboramos desde hace décadas con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), de la que somos patronos fundadores y miembros de su Comisión de Medios para amplificar sus mensajes de concienciación. También apoyamos al Fondo Mundial para la Conservación de la Naturaleza (WWF) desde 2008 en la «Hora del Planeta», la mayor iniciativa mundial de movilización ciudadana contra el cambio climático. Y puntualmente apoyamos a muchas otras organizaciones como Intermón Oxfam, UNICEF, 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. En 2017 PRISA se ha sumado al Comité de Emergencia, que reúne a diferentes ONG que se han asociado para actuar de una manera coordinada y eficaz sobre el terreno en caso de que se produzcan emergencias humanitarias. Al activarse este Comité los medios del Grupo colaborarán en la captación de fondos para contribuir a atender dichas necesidades humanitarias.

En el campo de la innovación, investigación y desarrollo, PRISA es patrono fundador de la Fundación Pro CNIC (Centro Nacional de Investigaciones Cardiovasculares, fundado y dirigido por Valentín Fuster) en la divulgación de sus iniciativas y campañas, cuyo principal objetivo es dar a conocer la investigación y prevención de la principal causa de mortalidad en España, las enfermedades cardiovasculares. También colabora con la Fundación COTEC para la Innovación Tecnológica y con la Fundación Reina Sofía en sus campañas de sensibilización para vencer al Alzheimer a través de la investigación.

PRISA NOTICIAS

PRISA Noticias tiene una clara vocación global y procura dar visibilidad a la defensa de los Derechos Humanos, la educación, la igualdad y el medioambiente.

El País mantiene en su contenido editorial la responsabilidad de informar a los lectores de todas las acciones de tipo social que se llevan a cabo a nivel global. La sección Planeta Futuro realiza una gran labor informativa sobre temas medioambientales y de igualdad, tomando su eje en la divulgación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial. Por su parte, *El País* recibió el premio Rey de España de Periodismo en la categoría de Periodismo digital por el trabajo *40 años del 20-N: La transformación de un país*. Más de

50 textos inéditos fotografías y vídeos que repasan cuatro décadas de construcción y transformación de España para mostrar el camino hacia la libertad, el progreso y la modernidad.

PRISA Noticias acompañó un año más a la World Wild Foundation (WWF) en la difusión de la campaña «La hora del Planeta», para sensibilizar a la sociedad sobre la problemática del cambio climático a través de una extensa cobertura en las páginas de *El País*, *Cinco Días* y *As.*

Con motivo de la celebración del Día Mundial contra el Cáncer, *El País* promovió una acción especial para apoyar la lucha contra esta enfermedad. Durante una semana con la compra del diario se podía adquirir una pulsera solidaria para contribuir a la labor de la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) a la que iban destinados los beneficios.

El País ha organizado durante 2017 diversos talleres de periodismo en hospitales de la Comunidad de Madrid, escuelas de México y fundaciones. En todos ellos se procura, además de impulsar la lectura de noticias entre los jóvenes, romper con la monotonía y hacerles pasar un rato divertido. El Hospital Doce de Octubre, El Hospital Ramón y Cajal, El Hospital La Paz y la Feria Internacional del Libro de Guadalajara se han sumado a esta iniciativa con resultados muy positivos. En colaboración con la organización Plena Inclusión se organizó un taller de periodismo en las instalaciones de *El País* para personas con autismo.

A lo largo de 2017, *Cinco Días* mantuvo una línea editorial comprometida con multitud de iniciativas específicas sobre los grandes retos de la responsabilidad social de las empresas: la filantropía, el fin de la discriminación por género, la lucha contra la pobreza, los derechos humanos, la protección de la cultura y la ciencia, el respecto a la diversidad y el cuidado del medioambiente, entre otras.

Cinco Días publica cada mes los suplementos *Entorno*, sobre el medioambiente desde una óptica empresarial; y *Ciencia y Salud*, que presta apoyo al mundo científico y sanitario como vías para el progreso social. Como en años anteriores, también se editó un suplemento especial sobre RSC.

Asimismo, mantiene una sección semanal sobre Buen Gobierno; la sección *Perspectivas*, una apuesta diaria en las primeras páginas por temas sociales y medioambientales y *Fortuna*, que centra su atención en el diagnóstico y situación de la mujer en la empresa y el mundo profesional.

EL PAÍS CON TU FUTURO

El País, en colaboración con la Fundación Santillana, celebró por tercer año consecutivo *«El País* con tu Futuro», en Kinépolis Madrid, un evento de motivación en el que expertos en diferentes materias ayudan a los jóvenes a orientar su futuro académico y laboral.

El reto que este año se planteó a cientos de jóvenes fue cómo poder elegir una profesión que todavía no existe. La vertiginosa evolución de la tecnología crea nuevas profesiones constantemente por lo que los adolescentes se enfrentan hoy a un panorama desconocido.

Tercera edición de ***El País* con tu Futuro.**

En la edición de este año se celebraron más de 70 charlas breves de reconocidos profesionales, encuentros cara a cara en los que compartieron sus experiencias con los estudiantes y numerosos talleres de formación para potenciar habilidades de comunicación eficaz, liderazgo, trabajo en equipo, pensamiento creativo y otras muchas competencias útiles para el desarrollo personal.

LA ESCUELA DE PERIODISMO UAM-EL PAÍS

La Escuela de Periodismo UAM-EL PAÍS, creada en 1986, pertenece a una fundación sin ánimo de lucro integrada a partes iguales por la Universidad Autónoma de Madrid y el diario *El País*.

La principal actividad de la Escuela es el Máster de Periodismo, en el que se han formado ya más de 1.200 periodistas que trabajan en más de 100 redacciones de todo el mundo. De ellos, un 10 % proceden de América Latina, principalmente de México.

El máster es un título propio de la Universidad Autónoma de Madrid, especializado en la formación de periodismo de calidad en español. El curso dura 22 meses. De ellos, nueve meses son de entrenamiento práctico en la Escuela, donde los alumnos trabajan en redacciones con la supervisión de periodistas en activo o de reconocido prestigio. Después, realizan prácticas remuneradas en los medios del grupo PRISA durante un año completo.

Desde hace casi cinco años, la Escuela abre también sus puertas los fines de semana a todos los públicos para impartir talleres relacionados con el periodismo. La mayor parte de ellos permiten la formación continua de periodistas en activo.

La Escuela es un laboratorio de periodismo donde se ensayan nuevas maneras de contar utilizando los avances tecnológicos del momento. Pero, por encima de herramientas y soportes, la principal misión de la entidad es la transmisión de los valores del periodismo de calidad y la pasión por el oficio. En definitiva, el mismo espíritu con la que se ideó este centro de formación hace ya 32 años.

La Escuela de Periodismo ha sido pionera en las nuevas narrativas digitales, y el máster sigue siendo una avanzadilla en el empleo de nuevas herramientas y soportes digitales; actualmente, los alumnos exploran los usos periodísticos de las redes sociales y experimentan el vídeo en 360 grados. Pero, por encima de todo, su principal misión es la transmisión de los valores del periodismo de calidad manteniendo intacto el espíritu con el que nació: ser una escuela de contenidos periodísticos.

EL PAÍS DE LOS ESTUDIANTES

«*El País* de los Estudiantes» es un programa gratuito de prensa-escuela pionero que está dirigido al profesorado y alumnado de la ESO, bachillerato y F.P. de grado medio que, a través de su propuesta lúdico-educativa, fomenta el aprendizaje multidisciplinar, el trabajo en equipo y el desarrollo personal de cada alumno.

Aprovechando los beneficios que aportan las nuevas tecnologías a la docencia, el programa propone una herramienta didáctica que permite diseñar un periódico propio, tanto en formato papel como en formato digital, en el que los alumnos podrán desarrollar diferentes capacidades, tales como el espíritu crítico, la redacción, capacidad de análisis y exposición o la creatividad, logrando que el aprendizaje se produzca de manera natural.

Este año en su 16ª edición han participado más de 3.000 equipos, 3.170 profesores y 1.644 centros inscritos y ha contado con tres nuevos premios, el de mejor videoblog, Premio Endesa Te Inspira Tecnología e Innovación y el Premio Endesa Mejor Crítica Cultural.

16 años de periodismo en las aulas.

PRISA RADIO

PRISA Radio coloca la RSE como eje vertebral de su actividad centrada en la información y el entretenimiento. Consciente de su incidencia en el proceso de transformación social, tiene el máximo interés en ser entendida como una empresa responsable y sostenible. De ahí que la interacción entre reputación y aceptación social sea clave en la planificación de sus actividades, tanto en iniciativas propias como en el apoyo que ofrece a terceros.

Entre las actuaciones llevadas a cabo por PRISA Radio en **España** en el pasado ejercicio destaca la publicación de *En Antena. Libro de Estilo del periodismo oral* de la Cadena SER. Un trabajo pionero que busca ser la guía completa, definitiva y de referencia para profesionales de la radio sobre el modo en el que deben comportarse ante un micrófono.

La Cadena SER presentó su campaña de divulgación y concienciación «Sin respeto no hay juego» contra la discriminación y el racismo en el fútbol, que recoge el espíritu del informe *Colour? What colour?* elaborado por la UNESCO. Bajo el paraguas de esta iniciativa, periodistas de la emisora y personalidades del mundo del fútbol dieron charlas educativas por colegios y clubs de fútbol a más de 3.000 niños.

Un año más se celebró la gala LOS40 Music Awards, los premios de la música más importantes en español. Ed Sheeran, Luis Fonsi y U2 fueron los artistas más premiados de una velada que contó, además, con las actuaciones de Alejandro Sanz, Malú, Pablo Alborán y Vanesa Martín, entre otros. Parte de la recaudación obtenida por la venta de localidades se donó a la Fundación adEla asociación dedicada a mejorar la calidad de vida de las personas afectadas por ELA.

Juntos contra la discrimanación y el racismo en el fútbol.

La gala de los Premios Cadena DIAL destinó parte de su recaudación a Aspronte, asociación familiar que ayuda a discapacitados intelectuales de Tenerife. Por último, parte de la recaudación de los Premios Radiolé fueron donados a Asaenes, asociación de familiares de personas con trastorno mental grave de Sevilla.

El compromiso de PRISA Radio con la solidaridad y la responsabilidad social se extiende en todas sus emisoras de Latinoamérica. PRISA Radio **Chile,** a través de Radioactiva y Radio ADN participó en Teletón, un maratón solidario para ayudar a niños con discapacidad física.

En **Colombia** nuestras emisoras han desarrollado proyectos y actividades solidarias como la campaña de recaudación de fondos para la Unidad de cuidados intensivos y Recuperación integral pediátrica de la Clínica Cardioinfantil de Bogotá.

Por su parte PRISA Radio **México** a través de la iniciativa La Ke Buena con Causa, celebró «La Fiesta de la Radio», un evento masivo que destinó el importe de las 85.000 entradas vendidas a ayudar a los damnificados por el terremoto de México. También W Radio ayudó a los afectados por el seísmo a través de la campaña «My favorite things 2017», junto a Banorte donó un millón de pesos a la institución Vifac que apoya a mujeres embarazadas en riesgo de exclusión.

La campaña de LOS40 Guadalajara, «No texting» para concienciar sobre el riesgo de conducir y escribir en el móvil al mismo tiempo, fue merecedora del premio a la responsabilidad social de la agencia de medios HAVAS.

En **Costa Rica** LOS40 se unió a la iniciativa «Red Plato Lleno» que coordina la recogida y distribución de excedentes de alimentos que posteriormente son entregados en merenderos, comedores y hogares sociales. Además de colaborar con la concienciación por el respeto a la comida, algunos de los locutores de la emisora participaron como imagen de apoyo a la campaña. Las emisoras Bésame y Qteja, han apoyado la prevención del cáncer de mama dedicando una amplia cobertura informativa sobre el tema. Además, proporcionaron revisiones médicas gratuitas a oyentes para la detección temprana de cáncer.

En **Panamá** PRISA Radio también se unió a la campaña mundial por la lucha de la prevención del cáncer de mama y de próstata; a través de especiales informativos en sus emisoras Radio Panamá, W Radio y LOS40. En el Día Mundial sin tabaco realizó una campaña para concienciar sobre sus efectos nocivos, en antena, en la web y mediante acciones físicas en el Metro de Panamá. Radio Panamá ha apoyado la recaudación de fondos a través del Radiomaratón para Fanlyc, fundación de ayuda a niños con leucemia.

Un año más, Radio Continental de **Argentina** participó como *media sponsor* de campaña Argentina Visión 2020/40 un evento anual donde líderes políticos y empresariales analizan el futuro de Argentina a beneficio de la fundación Bisblick, que concede becas de estudio a jóvenes con alto potencial y bajos recursos económicos.

Ed Sheeran recoge el premio LOS40 Music Awards de la mano de Paula Echevarría, Cristina Boscá y Dani Moreno.

SANTILLANA

Santillana ofrece contenidos educativos y servicios de calidad que, desde su creación hace seis décadas, facilitan y mejoran los resultados de aprendizaje y enseñanza 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.

Santillana ha promovido a lo largo de 2017 diversas iniciativas enfocadas al fomento de la lectura como herramienta de mejora social. Así, un año más, ha participado en el programa gubernamental «Bolivia Lee» con nuevas donaciones de libros al Ministerio de Educación Plurinacional de Bolivia. El objetivo del plan es la creación de bibliotecas y puntos de alfabetización en las áreas rurales y zonas periurbanas del país. En las seis campañas de «Bolivia Lee», Santillana ha participado con más de 50.000 libros.

En Santillana México, a través de su sello Loquelo, donó 2.000 libros a la startup AllWithBooks para crear una biblioteca en Campeche y fomentar la lectura. Mientras que Santillana Argentina ha donado libros y elaborado materiales específicos de apoyo escolar para niños enfermos con estancias hospitalarias prolongadas.

Aportar conocimiento y reflexión sobre el proceso educativo ha sido también un objetivo de Santillana. Durante 2017 Santillana ha apoyado innumerables iniciativas formativas dirigidas a equipos directivos, docentes y familias con el objetivo de abordar los retos de la educación actual.

Santillana España ha celebrado la segunda edición de los premios Educatividad, dirigidos en exclusiva a la comunidad de profesores usuarios de sus materiales. Estos premios volvieron a poner en valor las ideas que promueven la innovación educativa y la investigación en el aula con nuevas técnicas y métodos de enseñanza.

Santillana, junto con La Fundación Atresmedia y Samsung, organizó la 5ª edición del encuentro «¡Grandes Profes!» que reunió a 1.700 profesionales de la educación. Esta edición contó con la presencia de destacados profesionales del ámbito académico, cinematográfico y artístico que compartieron su conocimiento con los docentes para motivarles en su día a día y reconocer su labor en las aulas.

La editorial Moderna colaboró en varios seminarios públicos para la discusión y debate de temas

5ª Edición del encuentro «¡Grandes Profes!».

relevantes en la educación brasileña, como el Programa Nacional del Libro Didáctico, (PNLD 2019), la licitación de Tecnologías del Ministerio de Educación, el lanzamiento del Anuario de la Cámara o el Observatorio del Plan Nacional de Educación (OPNE). En asociación con el movimiento Todos Pela Educação y con la participación de especialistas educativos, Editora Moderna colaboró en los grupos de discusión del área de educación básica, con el objetivo de contribuir a los desafíos que plantea la nueva educación, elaborar propuestas a través de encuestas y fortalecer las alianzas estratégicas con el sector.

En Puerto Rico, en colaboración con Learn Aid se ayudó a centros educativos a enfrentar los retos económicos que conlleva la recesión que vive el país. Impartieron un taller dirigido a directivos de colegios sobre herramientas y estrategias disponibles para la administración de sus instituciones.

Un año más, Santillana ha reforzado su compromiso por preservar el medioambiente. De esta manera Brasil prosigue el proyecto de reciclaje para la Cooperativa Central Tietê donde se recolecta alrededor de 100 kg semanales de papel, vasos plásticos desechables, cartón, aluminio y metales para reciclar, lo que supone en torno a 4.800 kg de material reciclado donado en 2017.

En España, la campaña medioambiental «Yo cuido el agua» permitió llevar a escuelas de Infantil de todo el país y a su entorno cercano (familia y profesores) la importancia de aprovechar el agua. Para mostrar a los más pequeños a conservar este bien natural escaso, se diseñó un kit con consejos prácticos y una bolsa *waterdrop* para recoger el agua.

Santillana también ha tenido ocasión de mostrar su faceta más solidaria tras los terremotos que azotaron México. La Campaña Dupliquemos Soluciones en la que participó Santillana junto a la Fundación Carlos Slim recaudó fondos para reconstruir escuelas dañadas por los seísmos.

Con el lema «Si solos hacemos algo, juntos hacemos más», Santillana Perú se dirigió a los centros educativos de Lima con el fin de ayudar a los damnificados por los deslizamientos provocados por las inundaciones. En colaboración con Cáritas, los colaboradores de Santillana pudieron ayudar a aproximadamente 4.000 familias de las zonas afectadas por las lluvias en diversas ciudades peruanas.

FUNDACIÓN SANTILLANA

La Fundación Santillana nace en 1979 para impulsar proyectos educativos y culturales, establecer vínculos de cooperación entre España y América, convocar foros de intercambio intelectual e impulsar el debate en torno a la educación. El variado programa de actividades que la Fundación lleva a cabo, le ha convertido en un referente en educación, cultura y periodismo al crear cada año espacios de reflexión y diálogo.

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 EDUCACIÓN

La Fundación Santillana ha actualizado su estrategia para reforzar su presencia en la realidad educativa de América Latina e incrementar su liderazgo, desarrollando un proyecto global para toda la región que atienda también las necesidades específicas de cada país.

La actividad de la Fundación trata de apoyar, promover y extender la mejora de la educación a través de seminarios, congresos, foros de debate e intercambio de información; promoción, edición y difusión de estudios, evaluaciones; actividades de apoyo a entidades no gubernamentales o, entre otras, identificación y difusión de experiencias de éxito y buenas prácticas.

XII Foro Latinoamericano de Educación «Cambio e innovación educativa: las cuestiones cruciales.»
Buenos Aires, Argentina

Durante estas jornadas, celebradas en el Centro Cultural de la Ciencia de la Ciudad de Buenos Aires, alrededor de 1000 docentes y directivos de varios puntos del país y 5000 personas vía *streaming* siguieron la reflexiones y ponencias sobre las

necesidades, límites y expectativas del sistema educativo, con foco en la escuela secundaria y en los procesos de innovación y cambio educativo.

Este foro, que se celebra de forma regular desde hace años, tiene como objetivo debatir sobre la situación actual del sistema educativo, las políticas y los desafíos pedagógicos que en él se plantean. Cada año se selecciona un tema relevante para la agenda política nacional y regional y se edita un documento base sobre el cuál se discute en las sesiones presenciales.

Alcalá de Henares recibió el Cuarto Festival Iberoamericano de Literatura Infantil y Juvenil.
Madrid, España

Tras el éxito de las ediciones de Bogotá, Valladolid y Buenos Aires, el festival de Alcalá de Henares contó con la participación de escritores, académicos, bibliotecarios, autoridades del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y del Ayuntamiento de Alcalá de Henares, especialistas y *booktubers,* que abordaron la riqueza del acto de leer. Este festival está organizado por la Fundación Santillana y la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

Las conferencias, talleres, mesas redondas y experiencias celebradas se enfocaron en la importancia de la lectura en sus dimensiones de educación y vida, y en el ámbito digital que, cada vez con más frecuencia, se convierte en un aliado de quienes promueven el hermoso hábito de disfrutar un libro.

Simposio Modelo educativo 2017. «Hacer posible la reforma curricular: Liderazgo, Gestión escolar y Gobernanza»
Ciudad de México, México

En colaboración con la Secretaría de Educación Pública de México y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI), este simposio se centró en la reforma curricular, el liderazgo, la gestión escolar y la gobernanza, todos ellos aspectos medulares del modelo educativo recientemente dado a conocer por la SEP y que, con toda seguridad, permitirá seguir avanzando para consolidar la adecuada implementación del modelo educativo durante el ciclo escolar 2018-2019.

Seminario
«Novo Ensino Médio – desafios da implementação»
São Paulo, Brasil

Debate sobre las perspectivas y desafíos para las redes estatales de enseñanza en la implantación de las nuevas directrices de la Enseñanza Media en Brasil.

Festival Iberoamericano de Literatura Infantil y Juvenil.

El evento contó con Iván Claudio Pereira Siqueira, vicepresidente de la Cámara de Educación Básica del Consejo Nacional de Educación (CNE) y Julio Gregorio, secretario de Educación del Distrito Federal que representó al Consejo Nacional de Secretarios de Educación (CONSED), entidad que congrega a los secretario de educación de todo país. Participaron también coordinadoras de enseñanza media de las redes estatales de Bahía, Goiás, Santa Catarina y São Paulo, y estudiantes de la red paulista que contribuyeron en el debate.

1. Renovación del convenio firmado en 2015 con Fundación Telefónica, dentro del programa «Liderazgo y conocimiento educativo» y por la parte de Fundación Telefónica, en el del desarrollo de competencias digitales que favorezcan la inclusión social.

2. Firma del Protocolo de Colaboración con la Consejería de Educación y Cultura del Principado de Asturias y la Universidad de Oviedo para fomentar la investigación, el intercambio de experiencias y elaboración de propuestas educativas innovadoras.

3. Convenio con el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte y la Dirección General de Industrias Culturales y del Libro, en el marco de la celebración del Festival Iberoamericano de Literatura Infantil y Juvenil, a fin de dar cumplimiento a la actuación 1.1.1 del Plan de Fomento de la Lectura 2017-2020: “apoyo a ferias del libro, exposiciones y eventos literarios».

4. Acuerdo de entendimiento y de colaboración en materia de información, conocimiento e investigación educativa con la Universidad del Desarrollo Empresarial y Pedagógico (UNIVDEP) de México.

ÁREA DE CULTURA

MÁSTER EN GOBERNANZA Y DERECHOS HUMANOS

El acto académico de la entrega de diplomas de la sexta promoción del máster estuvo presidido por Ignacio Polanco, presidente de la Fundación Santillana; Juan Luis Cebrián, presidente ejecutivo del Grupo PRISA, el rector de UAM, José María Sanz; y el director del máster, el catedrático de Derecho Constitucional Antonio Rovira.

La conferenciante de esta edición, Laura Thompson, directora general adjunta de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), explicó sus percepciones sobre la inmigración, que ha definido como «uno de los temas más importantes en el siglo XXI en las agendas nacionales e internacionales de los países». El rector de la UAM clausuró el acto advirtiendo de «los riesgos para el disfrute de los derechos humanos».

CONGRESO DE PERIODISMO CULTURAL
LA DIPLOMACIA CULTURAL

La tercera edición de este congreso se celebró en el recién inaugurado Centro Botín y estuvo dedicada a un campo de conocimiento y de actuación que en los últimos años ha adquirido un gran interés: la diplomacia cultural. Desarrollada por las instituciones oficiales y las entidades de la sociedad civil como un eficaz intercambio en las relaciones internacionales. La imagen y el patrimonio cultural que cada país exporta a través de los cauces de la diplomacia cultural han permitido fomentar y consolidar fructíferos programas de colaboración.

En este congreso profesional participaron un total de 56 periodistas de las principales cabeceras del país, representantes institucionales expertos y analistas que han estudiado y ejercido las dinámicas de la diplomacia cultural.

CONVERSACIONES LITERARIAS DE FORMENTOR
BOHEMIOS, MAGOS Y VAGABUNDOS

Los escritores invitados a la décima edición de las Conversaciones Literarias de Formentor abordaron lecturas sobre bohemios, magos y vagabundos.

A lo largo de sus ediciones, las Conversaciones Literarias de Formentor han alcanzado una destacada posición de notoriedad e influencia en el panorama de las letras españolas. Más de doscientos escritores, editores y críticos han pasado desde 2008 por los jardines del Hotel Formentor para participar en una conversación que recorre los extensos horizontes de la biblioteca universal.

Entre un numeroso público, silencioso y cultivado por la costumbre de leer, los escritores comentan sus libros predilectos y comparten en un coloquio el arte de interpretar los grandes textos literarios, poéticos y filosóficos. En la misma fecha se entrega el Premio Formentor de las Letras, que en 2017 ha sido otorgado al escritor Alberto Manguel.

PREMIOS

PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA, LA INNOVACIÓN Y EL DEPORTE

Desde sus inicios, PRISA lleva a cabo una intensa labor de promoción del periodismo, la cultura, la innovación y el deporte a través de la convocatoria y difusión de sus prestigiosos premios. 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 de los medios en radio, televisión, música y publicidad. En el ámbito de la innovación, los Premios *Cinco Días* y los premios Talento Digital distinguen diversas iniciativas en el ámbito de la empresa, la universidad y la responsabilidad social. Por último, los Premios AS reconocen los logros deportivos de las principales figuras del deporte español.

PREMIOS ONDAS

El Palacio de Congresos y Exposiciones de Sevilla acogió la Gran Gala de entrega de los 64º Premios Ondas que reconocen anualmente las producciones nacionales e internacionales más sobresalientes del mundo audiovisual. Esta edición de la gran fiesta de la radio, la televisión, la música y la publicidad supuso un éxito de convocatoria con 3.000 asistentes a la gala y contó con un récord histórico de candidaturas presentadas, 400 de más de 15 países.

Entre las 21 categorías premiadas destaca el premio a la mejor cobertura informativa otorgado a los servicios informativos de todas las emisoras de radio en Cataluña por el trabajo realizado durante los atentados en Barcelona; Jarabe de Palo, Alejandro Sanz y el festival Sónar se hicieron con el premio Ondas de la Música; mientras que Àngels Barceló recibió el premio como mejor presentadora de radio hablada.

Alejandro Sanz, premio Ondas de la Música 2017.

PREMIOS ORTEGA Y GASSET DE PERIODISMO

Desde su creación en 1984 por el diario *El País*, los Premios Ortega y Gasset se han convertido en un referente del periodismo en lengua española. Estos galardones que premian la calidad de trabajos escritos, gráficos o audiovisuales publicados en español, han evolucionado al ritmo que lo ha hecho la sociedad, pasando de la única categoría de periodismo impreso a las cuatro actuales: mejor trabajo multimedia, mejor historia o investigación periodística, mejor fotografía y a la trayectoria profesional.

La edición de 2017 de los Ortega y Gasset premió a *El periódico de Catalunya* por su serie de reportajes sobre los casos de pederastia en varios centros educativos de Barcelona. El Premio al mejor trabajo multimedia recayó en «Vacaciones en aguas de nadie», una investigación de Univisión Noticias sobre la multimillonaria industria de los cruceros. Yander Zamora se hizo con el premio a la mejor fotografía por su captura del Air Force One sobrevolando las casas de La Habana en marzo de 2016, publicada por Reuters.

El premio a la trayectoria profesional fue para la periodista y escritora Alma Guillermoprieto de quien el jurado destacó su capacidad para hacer como mexicana un periodismo de alcance internacional.

PREMIOS TALENTO DIGITAL

El País celebra por primera vez los Premios Talento Digital, que nacen con el ánimo de impulsar la transformación digital en todos los sectores y dar voz al talento de los emprendedores. En esta primera edición, la aplicación PPa que ayuda a niños sin hogar de la ONG Itwillbe resultó ganadora. Esta aplicación utiliza por primera vez el reconocimiento palmar para poder identificar a pequeños en India y acceder a un historial fiable allá donde se encuentren.

Premios Ortega y Gasset de Periodismo 2017.

PREMIOS CINCO DÍAS A LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL

Los Premios *Cinco Días* a la Innovación Empresarial se han convertido, en su décima edición, en un acontecimiento clave del entorno de la empresa. Al éxito en la recepción de candidaturas hay que sumar la confluencia de asistentes de primer orden a la gala de entrega, así como su amplia representatividad, tanto del área pública e institucional como del sector privado.

El Premio a la iniciativa empresarial más innovadora en RSE recayó en Vía Celere por su proyecto «Espacio fácil», un centro destinado a investigar, evaluar, diseñar y adaptar edificios y transformarlos en espacios comprensibles y accesibles que permitan que cualquier persona pueda orientarse dentro de ellos.

Libelium ha sido galardonada con el Premio al proyecto empresarial más innovador por la creación de una plataforma, abierta, horizontal e interoperable basada en sensores inalámbricos y destinada al Internet de las Cosas. Esta plataforma permite la compatibilidad entre integradores de sistemas, compañías de software y servidores Cloud.

El Premio a la acción empresarial más innovadora ligada a la Universidad fue para el *spin-off* de la Universidad de Zaragoza, de nuevas herramientas en el campo del cultivo celular que suponen un avance en el proceso de experimentación in vitro / in vivo.

Por último, la empresa Inditex fue galardonada con el premio extraordinario a la trayectoria, por su constante innovación tecnológica en palancas claves de su sector, como la producción o la logística, lo que ha permitido consolidar su posición de líder mundial en el ámbito de la moda y lograr un crecimiento exponencial.

10ª Aniversario de los Premios Cinco Días a la Innovavión Empresarial.

PREMIOS AS DEL DEPORTE

El diario deportivo *As* celebró la 11ª edición de sus premios, coincidiendo con el 50 aniversario del diario. La ceremonia de entrega de premios contó con la presencia de sus Majestades los Reyes de España. Los Premios *As* del Deporte recayeron en el tenista Rafael Nadal, la nadadora Mireia Belmonte y en el atleta británico Sebastian Coe.

En esta ocasión y con motivo de su 50 aniversario, el diario quiso reconocer también a los deportistas que más éxitos han cosechado en cada una de las décadas de vida del diario deportivo.

Por último, Alejandro Davidovich, ganador de Wimbledon junior en 2017 y semifinalista de Roland Garros se hizo con el premio revelación.

As celebró su 50 aniversario con los Reyes de España.

Anexos

5

- ÁMBITO Y ALCANCE DE ESTE INFORME
- CORRELACIÓN DE INDICADORES CON LA GUÍA GRI (SRS) Y CON LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL
- INFORMACIÓN DE CONTACTO

5. ANEXOS

ÁMBITO Y ALCANCE DE ESTE INFORME

El presente Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2018 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 2017, dando continuidad a las presentadas en los diez años anteriores. Los datos que se presentan reflejan la totalidad de las actividades desarrolladas por las sociedades de PRISA en los países en los que opera con las excepciones en el alcance que se identifican en las tablas con indicadores GRI anexas. Las informaciones se presentan mediante datos agregados (a nivel de grupo) o desagregados (por unidades de negocio), dependiendo de la naturaleza de la información para facilitar la comprensión a los lectores. En la mayoría de los casos, el Informe muestra la evolución de resultados desde años anteriores por considerar representativo este desarrollo comparativo.

El informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2018 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 años anteriores, la compañía venía empleando la versión G4 del estándar publicado por GRI. Como novedad en este Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2018, se han tenido en cuenta las directrices del nuevo estándar **GRI SRS (GRI Sustainability Reporting Standards) con un nivel de conformidad exhaustivo.**

Tal y como requieren las guías de GRI, PRISA elaboró a finales de 2016 un análisis de materialidad. En el estudio se identificaron los aspectos ambientales, sociales y económicos que son significativos para los grupos de interés y para la organización en función de su impacto en la cadena de valor.

PRINCIPIOS DE ELABORACIÓN DEL INFORME

El Informe de Responsabilidad Social y Sostenibilidad 2018 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 Global Reporting InitiativeTM, el contenido de este informe refleja los siguientes principios:

MATERIALIDAD

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

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

Se encuentran identificados y claramente relacionados con la actividad de PRISA. La compañía trata de satisfacer las demandas y las necesidades de estos grupos a través de la mejora y el mantenimiento de la calidad de sus productos y de sus actuaciones. Las expectativas y los intereses razonables de los grupos de interés son una referencia básica para muchas de las decisiones que se toman al elaborar el informe. Más información en el capítulo 4, «La sostenibilidad en PRISA. Diálogo y comunicación con nuestros grupos de interés».

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 concretas en materia ambiental, social y económica.

EXHAUSTIVIDAD

Este informe aborda los aspectos materiales y su cobertura de modo que refleja sus efectos significativos tanto económicos y ambientales como sociales en el periodo analizado, correspondiente al ejercicio 2017.

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 fechas similares en años anteriores.

CLARIDAD

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

FIABILIDAD

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

CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERIODO CUBIERTO POR EL INFORME EN EL TAMAÑO, ESTRUCTURA Y PROPIEDAD DE LA ORGANIZACIÓN

En 2017 PRISA anuncia la venta de su filial portuguesa Media Capital, que se desarrollará en 2018.

Los principales cambios en el Consejo de Administración de PRISA en 2017 han sido:

- **Sucesión del Presidente Ejecutivo del Consejo de Administración:** En el pasado mes de octubre, el Consejo de Administración inició la sucesión del Presidente ejecutivo D. Juan Luis Cebrián Echarri. Tras la consideración de varias alternativas y candidatos, finalmente el Consejo de Administración celebrado en diciembre de 2017 aceptó la dimisión como consejero y Presidente ejecutivo presentada por D.Juan Luis Cebrián Echarri y nombró a D.Manuel Polanco Moreno, en ese momento ejecutivo y Vicepresidente, como Presidente no ejecutivo del Consejo de Administración de PRISA con efectos 1 de enero de 2018.
- **Sucesión del Consejero delegado:** En junio de 2017 D. Manuel Mirat Santiago fue nombrado Consejero delegado en sustitución de D. José Luis Sainz Díaz, con efectos desde el 4 de septiembre de 2017. Desde el 1 de enero de 2018 y tras la sucesión del Presidente, D. Manuel Mirat ejerce su cargo en su condición de primer ejecutivo de PRISA.
- **Reorganización del Consejo de Administración:** A lo largo del ejercicio 2017 se ha llevado a cabo una reorganización en la composición del Consejo de Administración, con la salida de 9 consejeros y la entrada de 6 nuevos consejeros, incluyendo la sucesión del Consejero delegado, que ha dado lugar también a una reconfiguración en la composición de todos los comités del Consejo. Con efectos 1 de enero de 2018 se produjo la sucesión del Presidente.

En febrero de 2018 el Consejo de Administración ha nombrado al consejero independiente D. Javier Monzón de Cáceres, como Vicepresidente no ejecutivo del Consejo de Administración.

Esta reorganización está ligada a los cambios en la Presidencia de la compañía y las operaciones de capital ejecutadas en los últimos meses.

CORRELACIÓN DE INDICADORES CON LA GUÍA GRI (SRS) Y CON LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES GRI Standards		
GRI STANDARD NUMBER	ÁMBITO	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
102-1	Nombre de la organización	14, 18-33
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	PRISA no comercializa ningún producto prohibido o en litigio.
102-3	Ubicación de la sede	132
102-4	Ubicación de las operaciones	14
102-5	Propiedad y forma jurídica	55, Cuentas Anuales (pág. 1), IAGC (pág. 2).
102-6	Mercados servidos	14, 18-43
102-7	Tamaño de la organización	14, 34-43
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	80, 83-84
102-9	Cadena de suministro	92-95
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	92-95
PARTICIPACIÓN E INICIATIVAS EXTERNAS		
102-11	Principio o enfoque de precaución	15-16, 44-55
102-12	Iniciativas externas	53-54, 61, 100-115
102-13	Afiliación a asociaciones	53-54, 100-115
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	Incluimos carta de Manuel Polanco, presidente de PRISA, y de Manuel Mirat, Consejero delegado al inicio del Informe de Sostenibilidad (pág. 2-3).
102-15	Principales impactos, riesgos y oportunidades	49, 74-75
ÉTICA E INGEGRIDAD		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	15-16, 49-51
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	15-16, 49-52 En 2017 se han recibido 16 denuncias (18 en 2016), de las cuales: - 18 han sido abordadas durante el ejercicio (dos denuncias fueron recibidas en 2016 y su análisis finalizó en 2017). - 18 han quedado resueltas en el ejercicio. - 9 denuncias no eran relevantes o no procedía realizar actuación alguna.

		GOBIERNO CORPORATIVO
102-18	Estructura de gobernanza	44-49 Reglamento del Consejo de Administración. Todos los comités del Consejo de la compañía tienen responsabilidad en la toma de decisiones sobre algunos o todos los ambitos económico, ambiental y/o social a trevés de: la Comisión Delegada y los Comités de Auditoría, de Gobierno Corporativo y de Nombramientos y Retribuciones.
102-19	Delegación de autoridad	46-47
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	Todos los comités del Consejo de la compañía tienen responsabilidad en la toma de decisiones sobre algunos o todos los ambitos económico, ambiental y/o social a trevés de: la Comisión Delegada y los Comités de Auditoría, de Gobierno Corporativo y de Nombramientos y Retribuciones.
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	44-52 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 permanecer atentos a las sensibilidades de los diferentes Grupos de interés para enriquecer a la sociedad en su conjunto.Además, 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. La sociedad cuenta con una "Política de Comunicación con accionistas, inversores institucionales y asesores de voto", en la que se recogen los principios básicos que han de regir la Comunicación de PRISA con dichos colectivos así como los principales canales de comunicación de la compañía.Adicionalmente PRISA forma parte de una asociación integrada por emisores de valores españoles, denominada "Emisores españoles", que, entre otros objetivos básicos, tiene que los de promover la comunicación entre las sociedades y sus accionistas y mantener una relación de diálogo y cooperación con la Administración y, en especial, con la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	44-47
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	44-47
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	44-47
102-25	Conflictos de intereses	47
	Papel del órgano superior de gobierno a la hora de establecer los propósitos, los valores y la estrategia de la organización	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de objetivos, valores y estrategia	44-51 Informe Anual de Gobierno Corporativo. Reglamento del Consejo de Administración.
	Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno	
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	En sentido estricto, durante el ejercicio 2017 no se ha impartido formación en relación a asuntos económicos, sociales y ambientales a los miembros del Consejo. El Consejo de Administración realiza una evaluación anual del funcionamiento del Consejo y de sus Comités para detectar áreas de mejora.
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	47
	Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	49 Reglamento del Consejo de Administración. Informe Anual de Gobierno Corporativo.
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	49 Reglamento del Consejo de Administración. Informe Anual de Gobierno Corporativo.
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	49 Reglamento del Consejo de Administración. Informe Anual de Gobierno Corporativo.
	Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad	
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	44-47
	Funciones del órgano superior de gobierno en la evaluación del desempeño económico, ambiental y social	
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	44-49, 52, 55-57, 62-64, 70-72 Cuando en el ámbito de la respectiva área hay conocimiento de la existencia de un asunto de interés crítico, el responsable de la misma ha de transmitírselo al Consejero delegado, primer ejecutivo de la compañía, quien a su vez lo somete a la consideración de la Comisión Delegada o del propio Consejo de Administración. En función de la gravedad y/o urgencia del asunto crítico de que se trate, la compañía tiene la capacidad y flexibilidad necesarias para convocar y celebrar reuniones del Consejo de Administración ad hoc con la inmediatez e información previa precisas.

102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	44-49, 52, 55-57, 62-64, 70-72 Cuando en el ámbito de la respectiva área hay conocimiento de la existencia de un asunto de interés crítico, el responsable de la misma ha de transmitírselo al Consejero delegado, primer ejecutivo de la compañía, quien a su vez lo somete a la consideración de la Comisión Delegada o del propio Consejo de Administración. En función de la gravedad y/o urgencia del asunto crítico de que se trate, la compañía tiene la capacidad y flexibilidad necesarias para convocar y celebrar reuniones del Consejo de Administración ad hoc con la inmediatez e información previa precisas.
102-35	Políticas de remuneración	La política de remuneraciones de los miembros del Consejo de Administración y de sus Comités, así como los criterios relativos al desempeño, en los casos en que aplican, 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 sobre Remuneraciones de los Consejeros y en la Política de Retribuciones.
102-36	Proceso para determinar la remuneración	La compañía dispone de una Política de Retribuciones.
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	Tanto la Política de Retribuciones como el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros son aprobadas en la Junta General de Accionistas.
102-38	Ratio de compensación total anual	Este indicador no ha sido reportado en este informe. PRISA publica en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros, la retribución de sus consejeros.
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual	Este indicador no ha sido reportado en este informe. PRISA publica en el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros, la retribución de sus consejeros.
	PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS	
102-40	Lista de grupos de interés	62-64, 70-73
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	81
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	70-73, 119
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	70-73, 119 PRISA y sus unidades de negocio realizan periódicamente encuestas de satisfacción a sus usuarios y oyentes.
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	62-64, 70-74 PRISA y sus unidades de negocio realizan periódicamente encuestas de satisfacción a sus usuarios y oyentes.
	ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA	
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	118-119
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	118-120
102-47	Lista de temas materiales	72-73, 118-120
102-48	Reexpresión de la información	72-73, 118-120
102-49	Cambios en la elaboración de informes	120
	PERFIL DE LA MEMORIA	
102-50	Periodo objeto del informe	118
102-51	Fecha del último informe	118
102-52	Ciclo de elaboración de informes	118-120
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	131
	Índice de GRI	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	118-120
102-55	Índice de contenidos GRI	118-120
	Verificación	
102-56	Verificación externa	118-120
	Mecanismos de reclamación	
103-1	Explicación del aspecto material y su cobertura	No material
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	No material PRISA promueve el respeto y la igualdad de oportunidades para sus trabajadores a través del artículo 5 de su Código de ética y Conducta. Asimismo rechaza cualquier circunstancia de acoso físico, sexual o psicológico, abuso de autoridad, ofensa, difamación u otra forma de agresividad y hostilidad.Por ello, PRISA tiene implementado un canal de denuncias, accesible en su página web y en la intranet de los empleados, así como de un apartado de correos gestionado por la unidad de cumplimiento de PRISA. Estos dos canales han sido diseñados para recibir y tramitar las comunicaciones de forma confidencial y anónima, según establece el procedimiento diseñado. La unidad de cumplimiento trabaja continuamente en su resolución y, cuando así se determine, en la aplicación de las denuncias recibidas y de las medidas disciplinarias conforme al régimen de faltas y sanciones previsto en el convenio colectivo o en la legislación laboral que resulte de aplicación.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS GRI Standards					
ASPECTOS MATERIALES IDENTIFICADOS	COBERTURA DEL ASPECTO MATERIAL	ÁMBITO	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / OMISIÓN	ALCANCE
DIMENSIÓN ECONÓMICA					
Verificación					
Creación de valor sostenible para nuestros grupos de interés	Mixto	201-1*	Valor económico directo generado y distribuido	Respuesta en tabla página 125.	Grupo
		201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	96-99	Grupo
		201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	88	Grupo
		201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	PRISA cuenta con formación bonificada para sus empleados en España.	Grupo
		M1	Financiación y otros apoyos significativos recibidos de fuentes no gubernamentales	Cuentas Anuales (pág. 24-25), (41-60).	Grupo
Presencia en el mercado					
Gestion responsable de nuestro profesionales	Interno	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	82	Grupo
		202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	82-83	Grupo
Consecuencias económicas directas					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad	Externo	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	100-115	Grupo
		203-2	Impactos económicos indirectos significativos	100-115	Grupo
Consecuencias económicas directas					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad	Externo	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	92-95	Grupo
Política pública					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	44 ,49-51 En el contexto del MPD del Grupo en España, se analizan en los distintos negocios el riesgo de cohecho y el riesgo de corrupción asociados a las distintas actividades y operativas del Grupo en España, identificando los riesgos potenciales de dichas actividades.	Grupo
		205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	44 ,49-51 El *Código Ético* de PRISA contiene principios y normas de actuación en esta materia y ha sido objeto de diversas acciones de comunicación, entre todos los empleados, a lo largo del ejercicio 2017. Asimismo, PRISA cuenta con una Política Anticorrupción, que resulta de aplicación para todas las sociedades del Grupo y que ha sido comunicada a los empleados. Adicionalmente, como parte del pack de bienvenida, esta política está publicada en la intranet corporativa (Portal de Procedimientos), en una carpeta a la que tienen acceso todos los empleados del Grupo. El Grupo cuenta también con una Política de Regalos. Adicionalmente, la Unidad de Cumplimiento de PRISA emitió unas Directrices en materia de blanqueo de capitales, también de aplicación para todas las sociedades del Grupo, que tienen por objeto reforzar las medidas para prevenir y evitar, por parte de las empresas de Grupo PRISA, la realización de blanqueo de capitales provenientes de actividades delictivas o ilícitas.	Grupo
		205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Han ocurrido 6 incidentes en las filiales latinoamericanas de Santillana que han concluido con dos despidos, una no renovación, y dos renuncias voluntarias.	Grupo

Consecuencias económicas directas					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Durante el año 2017 han tenido lugar 3 demandas. Dos de ellas han tenido lugar en Colombia y actualmente se encuentran en trámite. La tercera tuvo lugar en España, por infracción del precio fijo y por competencia desleal y actualmente existe un recurso de apelación interpuesto por Santillana que no ha sido recurrido.	Grupo

* Indicador GRI 201-1 PRISA

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

(b) Incluye los epígrafes de Consumo 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.

MILES DE EUROS	2017	2016
VALOR ECONÓMICO GENERADO	**1.112,55**	**1.233,64**
Ingresos de explotación [a]	1.170,71	1.184,48
Ingresos financieros	5,53	25,55
Resultado por el método de participación y otras inversiones	4,82	4,16
Resultado después de impuestos de las actividades interrumpidas	-68,50	19,45
VALOR ECONÓMICO DISTRIBUIDO	**1.123,32**	**1.231,85**
Consumos [b]	601,99	632,92
Gastos de personal	361,33	345,06
Gastos financieros	81,02	103,94
Impuestos sobre sociedades [c]	51,98	78,09
Dividendos	27,01	28,19
VALOR ECONÓMICO RETENIDO (VALOR ECONÓMIVO GENERADO MENOS EL DISTRIBUIDO)	**-10,77**	**257,19**

DIMENSIÓN AMBIENTAL					
Materiales					
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	96-98	Grupo
		301-2	Insumos reciclados	96-98	Grupo
		301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	Durante el ejercicio 2017 no se han identificado iniciativas en este sentido.	Grupo
Energía					
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	302-1	Consumo energético dentro de la organización	98	Grupo
		302-2	Consumo energético fuera de la organización	No material	N.A.
		302-3	Intensidad energética	98	Grupo
		302-4	Reducción del consumo energético	98	Grupo
		302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	No material	N.A.
Agua					
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	303-1	Extracción de agua por fuente	98	Grupo
		303-2	Fuentes de agua significativamente afectadas por la extracción de agua	No material	N.A.
		303-3	Agua reciclada y reutilizada	No material	N.A.
Biodiversidad					
No material	Mixto	304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	No material	N.A.
		304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	No material	N.A.
		304-3	Hábitats protegidos o restaurados	No material	N.A.
		304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones	No material	N.A.
Emisiones					
No material	Mixto	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	98-99	Grupo
		305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	98-99	Grupo
		305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	98-99	Grupo
		305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	98-99	Grupo
		305-5	Reducción de las emisiones de GEI	98-99	Grupo
		305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	No material	N.A.
		305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	No material	N.A.

Efluentes y residuos					
Gestión responsable de los recursos ambientales	Mixto	306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	No material	N.A.
		306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	98-99	Grupo
		306-3	Derrames significativos	No material	N.A.
		306-4	Transporte de residuos peligrosos	No material	N.A.
		306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	No material	N.A.
Cumplimiento regulatorio					
Gestión responsable de nuestro profesionales	Mixto	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	No se ha producido ninguna multa ni sanción significativa por incumplimiento de la normativa ambiental.	Grupo
Evaluación ambiental de los proveedores					
Gestión responsable de nuestro profesionales	Mixto	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	92-94	Grupo
		308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	93	Grupo
DIMENSIÓN SOCIAL					
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO					
Empleo					
Gestión responsable de nuestros profesionales	Interno	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	80	Grupo
		401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	88	Grupo
		401-3	Permiso parental	88	Grupo (1)
Relaciones entre los trabajadores y la dirección					
Gestión responsable de nuestros profesionales	Interno	402-1	Plazos de aviso mínimos sobre cambios operacionales	83	Grupo
Salud y seguridad en el trabajo					
Gestión responsable de nuestro profesionales	Mixto	403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	87	Grupo
		403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	87	Grupo (2)
		403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	No material	N.A.
		403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	No material	N.A.
Capacitación y educación					
Gestión del talento	Interno	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	84-85	Grupo
		404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	84-85	Grupo
		404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	85	Grupo
Diversidad e igualdad de oportunidades					
Igualdad de oportunidades	Interno	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	80-81, 85-86	Grupo
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres					
Igualdad de oportunidades	Interno	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	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

DERECHOS HUMANOS					
No discriminación					
Igualdad de oportunidades	Mixto	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	86	Grupo
Libertad de asociación y negociación colectiva					
Respeto de los derechos humanos	Mixto	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	94-95	Grupo
Trabajo infantil					
Respeto de los derechos humanos	Mixto	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No material	N/A
Trabajo forzoso					
Respeto de los derechos humanos	Mixto	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No material	N/A
Medidas de seguridad					
Respeto de los derechos humanos	Mixto	410-1	Personal de seguridad capacitado en políticas o procedimientos de derechos humanos	En aquellos países en los que existe personal de seguridad éste es subcontratado a terceros. PRISA está avanzando para poder reportar esta información en próximos ejercicios.	Grupo (3)
Derechos de la población indígena					
No material	Mixto	411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas	No material	N.A.
Evaluación					
No material	Mixto	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	No material	N.A.
Inversión					
Gestión ética	Mixto	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	Teniendo en cuenta el sector de actividad de PRISA no se considera prioritaria la formación relativa a los derechos humanos, si bien el Grupo pone a disposición de todos sus empleados el Código de Conducta donde se recogen los principios básicos de actuación de los mismos.	N.A.
		412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	No material	Grupo
SOCIEDAD					
Comunidades locales					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad	Mixto	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	100-115	Grupo
		413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	No material	N.A.
Evaluación de la repercusión social de los proveedores					
Contribuir al desarrollo cultural y al progreso de la sociedad	Mixto	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	No material	Grupo
		414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	No material	Grupo
Prácticas de competencia desleal					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Las relaciones con las autoridades y Administraciones públicas están recogidas en el *Código Ético* del Grupo. Durante 2017, PRISA no ha realizado contribuciones de naturaleza política ya sean monetarias o en especie.	Grupo

RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS					
Salud y seguridad de los clientes					
No material		416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	No material	N.A.
		416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	No material	N.A.
Etiquetado de los productos y servicios					
Comunicación honesta y rigurosa	Mixto	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	76-78	Grupo
		417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicio	49-52	Grupo
Privacidad de los clientes					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con las comunicaciones de marketing	CCAA (pág. 97-100)	Grupo
Privacidad de los clientes					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	CCAA (pág. 97-100)	Grupo
Cumplimiento regulatorio					
Cumplimiento regulatorio	Mixto	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	CCAA (pág. 97-100) Se ha presentado al Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Bogotá una solicitud de conciliación con Editorial Santillana, S.A.S.	Grupo
Creación de contenido					
Comunicación honesta y rigurosa	Mixto	M2	Metodología empleada para evaluar y monitorizar la adhesión a valores de creación de contenido	76-78	Grupo
		M3	Acciones tomadas para mejorar la adhesión a los valores de creación de contenido y resultados obtenidos	76-78	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	76-78, 89-91	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	49-52	Grupo
Interacción con el público					
Transformación digital	Mixto	M6	Métodos para interaccionar con la audiencia y resultados obtenidos	34-43, 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	103-115	Grupo

CCAA: Cuentas Anuales Consolidadas de 2017
IAGC: Informe Anual de Gobierno Corporativo de 2017
IG: Informe de Gestión 2017
MPD: Modelo de prevención de delitos
(1) No incluye la totalidad del negocio de Radio
(2) No incluye Noticias Latam y PBS América
(3) Únicamente cuenta con personal propio en Portugal

CORRELACIÓN DE INDICADORES CON LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL

PRINCIPIOS (UN Global Compact Network Spain WE SUPPORT)	Global Reporting Initiative	PÁGINAS	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. DERECHOS HUMANOS	GRI 412-3, GRI 410-1, GRI 411-1, GRI 412-1, GRI 413-1, GRI 413-2	15-17, 44-52 60-67, 70-78 100-115	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8,10, 11, 16, 17
2. Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos. DERECHOS HUMANOS	GRI 412-3, GRI 414-1, GRI 414-2	15-17, 44-52 70-78	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 16, 17
3. Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación. NORMAS LABORALES	GRI 102-41, GRI 407-1, GRI 402-1	70-78, 79-88 92-96	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17
4. Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. NORMAS LABORALES	GRI 409-1	70-78, 79-88 92-96	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17
5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. NORMAS LABORALES	GRI 408-1	15-17, 44-52, 60-67 70-78, 100-115	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17

6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. NORMAS LABORALES	GRI 102-8, GRI 202-1, GRI 401-1, GRI 401-3, GRI 404-1, GRI 404-3, GRI 405-1, GRI 414-1, GRI 406-1	60-63, 70-78, 79-88	1, 3, 5, 8, 9, 10, 16, 17
7. Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medioambiente. MEDIOAMBIENTE	GRI 301-2, GRI 301-1, GRI 302-1, GRI 303-1, GRI 305-1 GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-6, GRI 305-7	61,73, 92-99	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17
8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. MEDIOAMBIENTE	GRI 301-1, GRI 301-2, GRI 302-1, GRI 302-2, GRI 302-3 GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 303-1, GRI 303-2, GRI 303-3 GRI 304-1, GRI 304-2, GRI 304-3, GRI 304-4, GRI 305-1 GRI 305-2, GRI 305-3, GRI 305-4, GRI 305-5, GRI 305-6 GRI 305-7, GRI 306-1, GRI 306-2, GRI 306-3, GRI 306-4 GRI 306-5, GRI 301-3, GRI 307-1, GRI 308-1, GRI 308-2 GRI 103-2	73, 92-99 100-109	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17
9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente. MEDIOAMBIENTE	GRI 302-4, GRI 302-5, GRI 305-5	73, 92-99 100-109	2, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 17
10. Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno. LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN	GRI 102-16, GRI 102-17, GRI 205-1, GRI 205-2 GRI 205-3, GRI 415-1	49-52, 73	3, 10, 16, 17

UN GLOBAL COMPACT
Network Spain
WE SUPPORT

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE
1 FIN DE LA POBREZA
2 HAMBRE CERO
3 SALUD Y BIENESTAR
4 EDUCACIÓN DE CALIDAD
5 IGUALDAD DE GÉNERO
6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO
7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE
8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO
9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES
11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES
12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES
13 ACCIÓN POR EL CLIMA
14 VIDA SUBMARINA
15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES
16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS
17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

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
linkedin.com/company/prisa

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN

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

OFICINA DE RELACIÓN CON INVERSORES

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

OFICINA DE ATENCIÓN AL ACCIONISTA

Tel.: +34 913 301 168
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 NOTICIAS

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

PRISA RADIO

Gran Vía, 32
28013 Madrid (España)
Tel: +34 913 477 700

PRISA AUDIOVISUAL

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

Dirección: PRISA
Diseño y maquetación: Edamel (www.edamel.com)

www.prisa.com

Gran Vía, 32
28013 Madrid
(España)

Tel: +34 913 301 000
Fax: +34 913 301 038

Facebook.com/prisa
Twitter.com/prisa
Linkedin.com/company/prisa