



vocento

Informe de sostenibilidad
2014



CARTA DEL CONSEJERO DELEGADO

**VOCENTO ESTÁ
COMPROMETIDO CON LA
LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y LA
PLURALIDAD, ASÍ COMO CON
OTROS DERECHOS HUMANOS
TRADICIONALMENTE
VINCULADOS A LOS MEDIOS EN
UN ENTORNO DEMOCRÁTICO Y
DE LIBRE COMPETENCIA.**

Tengo la satisfacción de presentar el informe de Sostenibilidad que rinde cuentas del desempeño económico, social y medioambiental de VOCENTO en el año 2014.

Este documento se ha elaborado siguiendo las orientaciones del estándar de reporte en sostenibilidad más comúnmente aceptado, el Global Reporting Initiative, en su versión G3 e incorpora indicadores del suplemento sectorial de medios con el fin de reportar sobre los aspectos más relevantes en nuestro sector. En él informamos también sobre nuestro compromiso firmado en 2009 con el Pacto Mundial y los diez principios que defienden los derechos humanos, estándares laborales medio ambiente y corrupción.

Este es el cuarto informe de sostenibilidad que VOCENTO realiza y responde al deseo de informar públicamente sobre el modo en que enfocamos y gestionamos nuestra responsabilidad corporativa y las relaciones que mantenemos con nuestros accionistas, audiencias, anunciantes, así como en las comunidades donde operamos. Para evitar duplicidades o repeticiones, el presente documento contiene referencias a otros informes como el de Buen Gobierno y las Cuentas Anuales (CCAA) que contienen información relevante en asuntos de responsabilidad y sostenibilidad.

Nuestro enfoque de gestión de la responsabilidad parte de la identificación de los temas relevantes para una empresa informativa y de la importancia que a cada uno de éstos damos interna y externamente. Cada año actualizamos este estudio revisando iniciativas para abordar estos temas materiales. En el pasado ejercicio, en VOCENTO hemos llevado a cabo cinco iniciativas que merecen ser destacadas en lo que respecta a responsabilidad y buen gobierno.

Tres de estas iniciativas hacen referencia al marco regulatorio y ético de VOCENTO. Con fecha 21 de enero de 2014, el Consejo de Administración aprobó un Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores, que sustituyó al hasta la fecha vigente Código Interno de Conducta en los Mercados de Valores.

El 13 de noviembre, el Consejo de Administración aprobó el Código Ético de VOCENTO, que recoge pautas de comportamiento e incluye los principios, valores y comportamiento esperado de los administradores y empleados de la compañía en el desarrollo de sus responsabilidades y establece un canal ético. El Código explicita también la Misión, Visión y los valores que nos orientan y de los que se derivan nuestra responsabilidad y sostenibilidad como empresa. El Consejo de Administración de la sociedad aprobó, también, una Política de Prevención de Delitos.

Por otro lado, en 2014 hemos identificado un mapa de riesgos donde las expectativas de nuestras partes interesadas y su impacto en la reputación y marca han sido identificados como un ámbito clave para el que estamos desarrollando diversos planes.

En quinto lugar, fruto de nuestro compromiso con London Benchmarking Group, modelo de medición de la acción social a nivel internacional, y como única empresa de medios que forma parte de esta iniciativa, hemos llevado a cabo una primera valoración de nuestra acción social que incluye la contribución de ABC en espacios gratuitos o semi-gratuitos, y donaciones concretas de Vocento. Aún parcial, este primer intento de medición servirá para ser replicado en las diversas cabeceras a lo largo de 2015, tras haber identificado todas las acciones de valor social que emprenden.

Nuestro compromiso con el Pacto Mundial se materializa a través de los contenidos de información y opinión en Derechos Humanos, con especial atención al desarrollo sostenible, la igualdad de géneros, muy en concreto la situación de la mujer, la pobreza, la desigualdad de oportunidades, la educación y el acceso a los servicios de salud, que son temas recurrentes en la cobertura de nuestras cabeceras y medios.

VOCENTO está comprometido con la libertad de expresión y la pluralidad, valores que definimos en nuestro Código, así como con otros derechos humanos tradicionalmente vinculados a los medios en un entorno democrático y de libre competencia. En este ámbito cooperamos con diversas asociaciones profesionales a nivel internacional y nacional de lo cual informamos en este documento.

Como empresa, cumplimos con los estándares laborales, la legislación vigente y nuestras políticas de recursos humanos están atentas a la diversidad, al desarrollo de plantillas y a la captación de los mejores talentos. Tenemos una importante vinculación con las instituciones del conocimiento, universidades de periodismo y asociaciones de periodistas y prensa. En este ámbito cabe destacar los programas de formación punteros como son los dos Máster de Periodismo que mantenemos y Vocento Media Lab, una iniciativa de formación en el entorno digital dirigida a nuestros equipos. Por último, premiamos el compromiso de nuestros mejores periodistas con los premios VOCENTO de Periodismo que anualmente se conceden, atentos siempre al impacto social de nuestras cabeceras y medios.

Luis Enríquez Nistal



ACTIVIDADES Y MAGNITUDES*

SEGMENTOS DE ACTIVIDAD DE VOCENTO

REGIONALES		PERIÓDICOS	SUPLEMENTOS Y REVISTAS	
El Correo La Verdad El Diario Vasco El Norte de Castilla El Diario Montañés Ideal Sur	Las Provincias El Comercio Hoy La Rioja Imprentas Locales Comercializadoras locales Otras participadas	ABC Imprentas nacionales Comercializadora	XLSemanal Mujerhoy Hoy Corazón Inversión & Finanzas Mujerhoy.com Finanzas.com	
TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE		AUDIOVISUAL	CONTENIDOS	
TDT Nacional Net TV	TDT Regional	RADIO Licencias de radio analógica Licencias de radio digital	Veralia Producción Veralia Contenidos (BocaBoca, Europroducciones, Europroduzione y Hillvalley) Distribución Veralia Cine	
CLASIFICADOS		OTROS		
Pisos Infoempleo Autocasión		Satenet (fuera de perímetro en 2015)		

*Información completa en Informe de Gestión y CCAA

VALOR ECONÓMICO GENERADO, DISTRIBUIDO Y RETENIDO

	2013	2014
Valor económico generado	529.619	516.774
Importe neto cifra de negocio	529.008	494.334
Otros ingresos de explotación	749	507
Ingresos financieros	719	6.678
Participación en resultados de asociados	67	(2.451)
Ingresos por enajenación de activos	(924)	17.706
Valor económico distribuido	257.136	258.181
Dividendos	0	0
Impuestos totales	4.487	4.755
Locales de impuestos por áreas geográficas	0	2.287
Pagos a empleados locales	161.231	164.460
Pagos a proveedores locales	90.849	86.000
Inversión en RC	0	n.a.
Inversión social o acción social (donaciones, etc.)	569	679
Valor económico retenido en el año	272.483	258.593

PUBLICIDAD

Principales sectores 2014 vs 2013	TOTAL 2014	TOTAL 2013	% Sobre total	
AUTOMOCIÓN	12.289.288	12.151.027	8%	8%
TELECOMUNICACIÓN	4.522.243	5.488.117	3%	4%
ENERGÍA	7.101.884	6.579.493	5%	4%
DISTRIBUCIÓN	17.963.551	19.594.209	12%	13%
FINANZAS	16.307.375	16.582.836	11%	11%
VIAJES	4.496.582	5.900.336	3%	4%
BELLEZA	7.597.317	7.288.957	5%	5%
Total principales sectores	70.278.239	73.584.976	46%	48%
TOTAL GENERAL	154.070.648	154.389.931	100%	100%

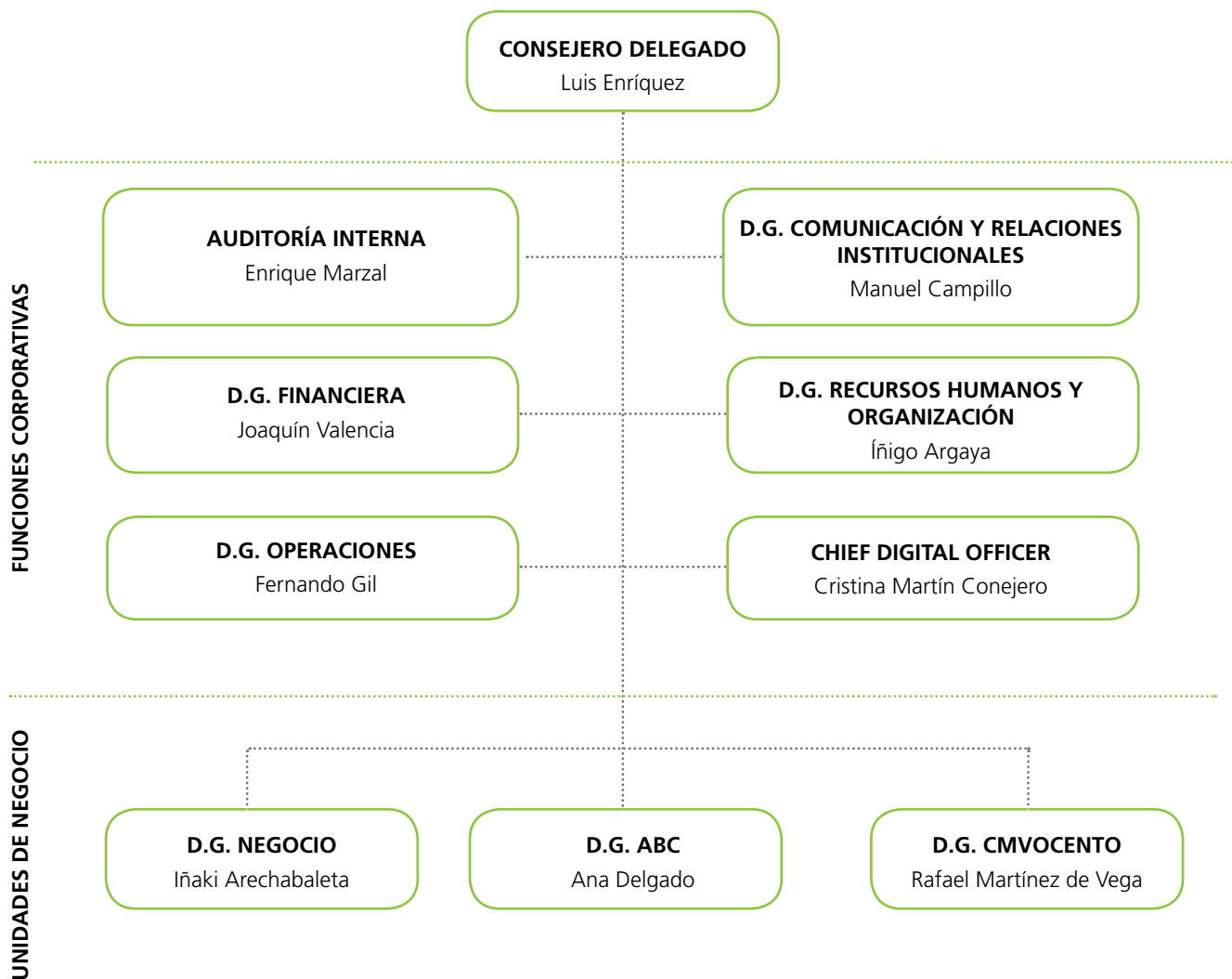
*Los 7 principales sectores representan un 46% en el año 2014 y un 48% en el año 2013.

TOP 50 2014 vs 2013	2014	%	2013	%
TOP 50	48.148.396	31%	50.972.607	33%
TOTAL GENERAL	154.070.648	100%	154.389.931	100%

*Los 7 principales sectores representan un 46% en el año 2014 y un 48% en el año 2013.

Ingresos PUBLICIDAD INSTITUCIONAL	TOTAL INGRESOS VOCENTO	%
23,1	494,8	4,67

ORGANIGRAMA



PERFIL Y ENFOQUE DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD EN VOCENTO

VOCENTO es un grupo con vocación de servicio a sus audiencias y al conjunto de la sociedad cuya principal responsabilidad se realiza a través de la labor editorial y profesional de sus medios, es decir, a través de lo que hacemos como empresa: ofrecer información, opinión y entretenimiento.

El pasado año 2014 el Consejo de Administración de Vocento SA aprobó el Código Ético, documento de aplicación tanto a VOCENTO como a las sociedades dependientes. La iniciativa se inscribe dentro del esfuerzo que se realiza en responsabilidad corporativa, sostenibilidad y buen gobierno, así como en línea con el compromiso con los principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas al que VOCENTO se suscribió en 2009 y que renueva cada año.

El Código Ético explicita la misión, visión y valores de VOCENTO y Grupo Vocento como empresa informativa así como los compromisos específicos con la audiencia, los anunciantes, los empleados y los accionistas para constituir así el marco de la responsabilidad de la empresa.

MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN:

La misión de Vocento y Grupo Vocento, desde la libertad de expresión y el fomento de los derechos humanos fundamentales y libertades públicas, es contribuir a la mejora de la sociedad con la obtención y difusión de información rigurosa y opinión libre, plural e independiente, y actividades directa o indirectamente relacionadas.

VISIÓN:

Ser un grupo de comunicación líder en España, rentable y comprometido, entre otros, con:

- Audiencia: potenciar el desarrollo tecnológico necesario para hacerles accesible la información veraz y objetiva, así como productos y servicios relacionados con el ocio y el entretenimiento, en todos aquellos soportes presentes y futuros.
- Anunciantes: ofrecerles unos soportes de calidad y facilitarles la vinculación con nuestros medios que les transfieran atributos positivos de marca.
- Empleados: crear las condiciones adecuadas para su desarrollo profesional y personal que favorezca su compromiso con la Misión de Vocento
- Accionistas: mantener su confianza con comportamientos éticos, garantizar la sostenibilidad de la compañía y generar valor a su inversión

VALORES:

- Independencia
- Compromiso
- Protección de la libertad de expresión y la pluralidad
- Excelencia en la gestión

CÓDIGO ÉTICO

El Código Ético define de modo explícito los principios que guían las actividades de VOCENTO recogiendo las pautas de conducta que Grupo Vocento venía aplicando desde sus orígenes y desarrollándolas.

El documento establece también las normas de comportamiento en cinco áreas: relaciones con empleados y con interesados, situaciones de conflicto de interés, tratamiento de la información y las relaciones con el entorno y lo relativo a los activos y derechos de VOCENTO y Grupo Vocento.

En el Código Ético existen menciones específicas al registro de operaciones y elaboración de información financiera, en el sentido de que todas las operaciones y transacciones deben ser registradas contablemente en el momento adecuado, de conformidad con la normativa contable aplicable en cada momento, de tal manera que la información financiera resulte fiable y recoja por tanto, todos los derechos y obligaciones de VOCENTO y sus sociedades

El Código Ético establece como instrumento de gestión ética un Canal Ético dependiente de la Dirección de Auditoría Interna de VOCENTO. A través del correo electrónico canaletico@vocento.com o mediante correo postal dirigido a la citada Dirección (Calle Luca de Tena número 7, 28027 Madrid) se pueden hacer llegar las consultas sobre el Código y los casos de posible incumplimiento o conflicto de modo confidencial que un Comité Ético supervisará y resolverá.

Con el fin de dar a conocer el Código Ético a las partes interesadas, y en especial a quienes compromete, el contenido del Código es público en la web de VOCENTO y se está comunicando a través de diversas acciones específicas en relación a empleados, anunciantes, audiencias y otros públicos implicados.

POLÍTICA DE PREVENCIÓN DE DELITOS

En el marco de sus responsabilidades, el Consejo de Administración de la sociedad aprobó con fecha 13 de noviembre de 2014 una Política de Prevención de Delitos, que tiene la finalidad de transmitir a todos los administradores y personal que VOCENTO o vela para que su actividad esté basada en unos principios que se traducen en unas pautas de comportamiento que suponen el compromiso con la legalidad, el buen gobierno, la transparencia, la responsabilidad, la independencia, y la reputación respecto de los estándares éticos socialmente aceptados.

Para el desarrollo de la Política para la Prevención de Delitos, durante 2015, y a través de los órganos competentes, se va a implantar un sistema de control interno específico y eficaz para la prevención de delitos, que comprende un conjunto de medidas dirigidas a la evaluación de riesgos, prevención, detección y respuesta ante incumplimientos del Código Ético o posibles delitos y que documenta las prácticas que VOCENTO venía históricamente llevando a cabo.

Formarán parte del contenido del sistema de control interno mencionado, protocolos de actuación y supervisión para la evaluación y reducción del riesgo de comisión de conductas ilegales, irregulares o contrarias al Código Ético, complementados con la implantación de control eficaces, continuos, actualizables y revisables.

En cuanto a la supervisión, se encomienda al Comité Ético, en dependencia del Comité de Auditoría y Cumplimiento, la función de formular y supervisar, la implantación, desarrollo y cumplimiento del sistema de control interno para la prevención de delitos, al que se deben adherir otras sociedades del grupo del que la sociedad VOCENTO es cabecera, bajo responsabilidad de diferentes órganos, sin perjuicio de las colaboraciones que caso a caso puedan establecerse con el propio Comité Ético.

ESTUDIO DE MATERIALIDAD: TEMAS RELEVANTES EN RESPONSABILIDAD O SOSTENIBILIDAD PARA VOCENTO

Nuestro enfoque de gestión de la responsabilidad parte de la identificación y jerarquización de los temas relevantes en sostenibilidad para una empresa informativa como la nuestra y de la importancia que a cada uno de éstos damos interna y externamente. Sobre esta relación de asuntos significativos en función de lo que hacemos, para quiénes y con quiénes, se asientan nuestra estrategia en esta área.

Estrategia y gestión de la responsabilidad y sostenibilidad en VOCENTO

TEMAS MATERIALES O SUSTANTIVOS EN RESPONSABILIDAD

	ÁMBITO DE RELEVANCIA EN RESPONSABILIDAD PARA VOCENTO	TEMAS RELEVANTES CONCRETOS PARA VOCENTO	CÓMO SE ABORDAN EN VOCENTO	VALORACIÓN Y OBJETIVOS
¿QUÉ es lo que hacemos?	CONTENIDOS de los medios: información, opinión y entretenimiento	Contenidos que respondan a sensibilidades sociales	Cada medio actúa al respecto y tiene iniciativas específicas (por ejemplo, empleo, innovación, igualdad, mujer, etc.)	Las distintas cabeceras y medios actúan con libertad y responsabilidad en esta área. Conveniencia de buenas prácticas y orientaciones al respecto según la experiencia de Vocento y cada medio y cabecera
		Contenidos donde se respeta la protección de la intimidad	Cumplimiento de la ley, se protege	
		Contenidos donde se respete la protección a menores	Cumplimiento de la ley, se protege	
		Tratamiento de contenidos de riesgo	Cumplimiento de la ley	

Estrategia y gestión de la responsabilidad y sostenibilidad en VOCENTO

TEMAS MATERIALES O SUSTANTIVOS EN RESPONSABILIDAD

	ÁMBITO DE RELEVANCIA EN RESPONSABILIDAD PARA VOCENTO	TEMAS RELEVANTES CONCRETOS PARA VOCENTO	CÓMO SE ABORDAN EN VOCENTO	VALORACIÓN Y OBJETIVOS
¿PARA QUIÉNES lo hacemos?	Relaciones con AUDIENCIAS: lectores, internautas, etc.	Sistemas de comunicación con audiencias	Cada medio o cabecera tiene su propio canal de comunicación y/o participación en su caso Existen encuestas de medición de satisfacción de audiencias y otros sistemas de consulta periódica en concretos medios y cabeceras	Es importante poder rendir cuentas con indicadores y no sólo con la relación de herramientas Impulsar el establecimiento de sistemas de indicadores cuantitativos (número de cartas, sugerencias, etc.) y cualitativos.
		Sistemas de recepción de quejas		
		Sistemas de sugerencias, comentarios		
		Sistemas de participación		
		Herramientas de consulta periódica de satisfacción de audiencias		
		Otras iniciativas de relaciones con audiencias		
Calidad de la información	Creemos que nuestros medios tienen calidad en las tres áreas: información, opinión y entretenimiento. Encuestas de audiencias al respecto en concretos medios y cabeceras			

Estrategia y gestión de la responsabilidad y sostenibilidad en VOCENTO

TEMAS MATERIALES O SUSTANTIVOS EN RESPONSABILIDAD

	ÁMBITO DE RELEVANCIA EN RESPONSABILIDAD PARA VOCENTO	TEMAS RELEVANTES CONCRETOS PARA VOCENTO	CÓMO SE ABORDAN EN VOCENTO	VALORACIÓN Y OBJETIVOS
CÓMO lo hacemos	Temas relativos a PROCESOS DE GENERACIÓN Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN, OPINIÓN Y ENTRETENIMIENTO	Veracidad de la información	Cada medio y cabecera asegura internamente todo esto	Posible desarrollo interno de los manuales de buenas prácticas que existen en Vocento al respecto según experiencia de cada medio y cabecera.
		Libertad de expresión		
		Independencia del poder político		
		Independencia de los anunciantes		
		Diferenciación entre información y opinión		
		Capacitación de periodistas y profesionales		
	Infraestructuras técnicas que facilitan la calidad	Mejora la de las infraestructuras Transición a lo digital Redacciones	Identificar qué mejoras y qué han supuesto en calidad de información, opinión y entretenimiento	
	Temas relativos a PUBLICIDAD Y COMERCIAL , pues es la publicidad la que sostiene financieramente a los medios y facilita que hagamos llegar el servicio a nuestras audiencias	Publicidad responsable	Cumplimiento de la ley, Código de Autorregulación de la publicidad	Posible desarrollo interno de los manuales de buenas prácticas que existen en Vocento al respecto según experiencia de cada medio y cabecera.
		Contenidos de riesgo publicitario	Cada medio y cabecera tiene su política al respecto	
		Publicidad dirigida a niños	Cada medio y cabecera tiene su política al respecto	
		Transparencia y rendición de cuentas en relación a los anunciantes	Se ofrecen datos públicamente en las cuentas anuales	
		Diferenciación de publicidad e información	La publicidad se señala en los medios escritos (publirreportaje, etc.) Otros sistemas de diferenciación (carácter de letra, emplazamiento, etc.)	

Estrategia y gestión de la responsabilidad y sostenibilidad en VOCENTO

TEMAS MATERIALES O SUSTANTIVOS EN RESPONSABILIDAD

	ÁMBITO DE RELEVANCIA EN RESPONSABILIDAD PARA VOCENTO	TEMAS RELEVANTES CONCRETOS PARA VOCENTO	CÓMO SE ABORDAN EN VOCENTO	VALORACIÓN Y OBJETIVOS
CÓMO lo hacemos	IMPACTO MEDIOAMBIENTAL de nuestra actividad pues conlleva consumos energéticos y de materias primas, transportes, etc.	Consumos de materias primas (papel principalmente) y consumos energéticos	Existen sistema de medición y políticas de reducción de consumos energéticos	Necesidad de indicadores concretos y políticas comunes en su caso u orientaciones, buenas prácticas de medios y cabeceras, etc. Necesidad de sistema interno de rendición de cuentas en el área para poder reportar de modo integrado como Vocento
		Iniciativas de reducción de consumos	La transición digital ha supuesto ahorros en consumos Hay otras iniciativas por algunas cabeceras	
		Iniciativas de reciclaje y reutilización	Existe a nivel Grupo y particulares en cada cabecera	
		Promoción del comportamiento responsable hacia la cadena de proveedores en todos temas medioambientales		
		Gestión ambiental de edificios y plantas, certificaciones, etc.	Se ha realizado auditoría	
Temas de fondo para una empresa de medios como Vocento sobre los que actuar de modo directo e indirectamente a través de su propia actividad y colaboración con terceros (entidades no lucrativas, administración, etc.)		Brecha digital o la diferencias y dificultades de acceso a las nuevas tecnologías de públicos y personas concretas	Vocento ha apostado por lo digital y tiene una aproximación al tema apostando por la accesibilidad para personas diversas	Impulsar esta área
		Arte y cultura	Como Grupo y cada medio y cabecera desarrollamos diversas actividades al respecto	Formamos parte desde marzo de 2013 de LBG, sistema de medición de la acción social de las empresas. Rendimos cuentas según LBG *
		Lengua, buen uso de la lengua, promoción de la lengua, etc.		
		Libertad creativa		
		Propiedad intelectual		
Educación en los medios y para los medios				

Somos la única empresa informativa que forma parte del London Benchmarking Group (LBG), modelo internacional de medición en acción social que visibiliza las aportaciones en este campo y su impacto. En 2014 hemos aplicado el modelo a ABC, a las acciones que se llevan a cabo desde VOCENTO y parcialmente a algunas cabeceras en un proceso que estamos implantando para poder rendir cuentas progresivamente de modo que podamos conocer todo lo que VOCENTO dedica a causas sociales.

MAPA DE RIESGOS, EXPECTATIVAS DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y GESTIÓN REPUTACIÓN Y MARCA

En 2014 se procedió al trazado del mapa de riesgos de VOCENTO y al correspondiente desarrollo de planes. Los riesgos ligados a la falta de cumplimiento de las expectativas de los grupos de interés y los temas relevantes en responsabilidad corporativa en cuanto su impacto en la reputación y la marca constituyen uno de los ámbitos de acción identificados.

La Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales, a quien se asigna la coordinación en responsabilidad y sostenibilidad, está trabajando en un plan para hacer frente a los diversos riesgos reputacionales que se finalizará en 2015.

ESTRATEGIA Y GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD

El Consejo de Administración de VOCENTO es quien lidera y supervisa todo lo relativo a sostenibilidad y responsabilidad, siendo el Comité de Auditoría quien tiene a su cargo llevar los temas pertinentes al Consejo (ver información al respecto en el apartado de Buen Gobierno de este informe).

La Dirección General de Comunicación y Relaciones Institucionales de VOCENTO coordina la gestión de la responsabilidad y sostenibilidad en lo que respecta a la rendición de cuentas. La gestión sin embargo es descentralizada e integrada transversalmente en toda la empresa.

Definimos como grupos de interés de VOCENTO a los siguientes:

- Accionistas e inversores
- Empleados
- Periodistas
- Anunciantes
- Proveedores
- Comunidades donde operamos
- Administraciones
- Instituciones del sector

Seis son las áreas de gestión de responsabilidad y rendición de cuentas donde se han fijado indicadores y se han asignado los temas relevantes o materiales.

1. Transparencia financiera, relaciones con accionistas e inversores y buen gobierno
2. Empleados
3. Editorial, periodistas, responsabilidad de producto y relaciones con audiencias
4. Anunciantes y comercial
5. Implicación Social, Patrocinio y Mecenazgo, Relaciones con las comunidades donde operamos
6. Medio ambiente y proveedores.

BUEN GOBIERNO

La Junta General de Accionistas de VOCENTO es el órgano soberano de la sociedad, con las prerrogativas y facultades concedidas en la Ley y en sus Estatutos. La gestión está encomendada al Consejo de Administración, compuesto en el 2014 por 12 miembros. Uno de ellos es ejecutivo, 3 son independientes y 8 son dominicales. La identidad de los mismos y demás datos de sus nombramientos constan en la página web de VOCENTO y en el Informe Anual de Gobierno Corporativo.

El Consejo, a su vez, tiene delegadas determinadas funciones, principalmente de supervisión, en tres comisiones: la Comisión Delegada, el Comité de Auditoría y Cumplimiento y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, que desarrollan sus funciones según la normativa de aplicación. Además, el Consejo tiene a su vez delegada la gestión en un Consejero Delegado, que preside un Comité de Dirección compuesto por los altos directivos del grupo.

La independencia editorial en las diferentes cabeceras del grupo es un elemento esencial de su negocio. El Consejo y sus Comisiones tienen en cuenta dicha esencialidad y, cuando corresponde, la supervisan en sus reuniones.

En la actualidad, únicamente hay una mujer en el Consejo de Administración, Soledad Luca de Tena, en representación del Consejero Valjarafe, S.L. Dada la distribución accionarial de VOCENTO, y al haberse atendido la solicitud de diversos accionistas significativos para el nombramiento de Consejeros, el Consejo y la Comisión de Nombramientos y Retribuciones han visto dificultadas las posibilidades de incorporar más mujeres. Sin perjuicio de lo anterior, la Comisión de Nombramientos y Retribuciones ha establecido un plan para lograr el objetivo de mayor representación de mujeres en el Consejo y ha elaborado orientaciones para lograr dicho objetivo.

Los temas de responsabilidad, principalmente en lo que respecta a cuestiones relacionadas con la gestión de riesgos empresariales y la prevención de delitos, son una constante en las reuniones del Consejo de Administración. Durante el año 2014, el Comité de Auditoría y Cumplimiento ha tratado estas cuestiones en cada una de sus 6 reuniones y ha informado al Consejo de Administración sobre las mismas en 6 de las 7 reuniones que ha celebrado durante el año.

El Informe Anual de Gobierno Corporativo recoge información detallada y datos sobre el funcionamiento y desempeño de la Junta General de Accionistas, del Consejo de Administración y de sus Comisiones, con el detalle exigido por la normativa de aplicación.

La política retributiva del Consejo, Comisiones y la alta dirección es revisada y supervisada por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, que informa al respecto al Consejo de Administración. Todas las decisiones relacionadas con dicha política retributiva son aprobadas por el Consejo de Administración.

En particular, la política retributiva de los Consejeros viene recogida con detalle en el Informe Anual de Remuneraciones de los Consejeros, que se publica cada año y se somete a la votación consultiva de la Junta General de Accionistas, la cual la aprueba cada año por una mayoría cercana a la unanimidad.

RELACIONES CON ACCIONISTAS E INVERSORES

Con fecha 21 de enero de 2014, el Consejo de Administración aprobó por unanimidad un Reglamento Interno de Conducta en los Mercados de Valores, que sustituyó al hasta la fecha vigente Código Interno de Conducta en los Mercados de Valores, y que fue comunicado a todas las personas afectadas de la organización y se encuentra publicado en la página Web de VOCENTO. Este Reglamento hace referencia a las operaciones personales, información privilegiada, operaciones vinculadas y autocartera. La Unidad Corporativa de Cumplimiento, que depende del Comité de Auditoría y Cumplimiento, actualiza periódicamente y vela por el cumplimiento de lo establecido en el Reglamento

En VOCENTO, y de acuerdo al Reglamento interno de conducta en los mercados de valores, impera el objetivo de dar cumplimiento a los principios de transparencia, veracidad, inmediatez, igualdad y simetría en la difusión de la información. El Departamento de Relaciones con inversores de VOCENTO tiene a su cargo las relaciones con accionistas, inversores, analistas financieros y organismos oficiales. A través de él mantenemos informados de forma permanente a la comunidad financiera tanto de la evolución de los negocios y principales indicadores trimestrales como de la estrategia de VOCENTO.

El primer canal general de información hacia dicha comunidad es la Comisión Nacional del Mercado de Valores ("CNMV"), a través de la publicación de hechos relevantes en su página web. VOCENTO canaliza información de interés a accionistas e inversores a través de su propia web corporativa, favoreciendo la inmediatez de su publicación y la posibilidad de acceso posterior, con objeto de que la transparencia sea el valor prioritario en las relaciones con los mercados y con el público en general. En dicha web se muestra la composición del grupo y la definición de las distintas unidades de negocio, los hechos relevantes comunicados a las CNMV, la publicación de resultados trimestrales y anuales, así como otra información de interés (cotización, información sobre el Consejo y sus miembros, etc.)

En la Oficina de Atención al Accionista ofrecemos respuesta a las dudas que los accionistas plantean a través de diferentes canales: telefónica, por correo electrónico, correo postal y página web. Durante el año 2014, se han realizado un total de 57 contactos a través de dicha oficina.

Con motivo de la celebración de la Junta General de accionistas, la compañía mantiene un registro de las delegaciones de voto recibidas por correo de los accionistas y recibe cualquier consulta (bien por teléfono o por correo electrónico) relacionada con la Junta (envío de documentación de la Junta, obsequio, asistencia). El número total de contactos gestionados telefónicamente, por mail y por correo postal han ascendido a 22 durante el año 2014. Además, VOCENTO habilita un foro de accionistas en la propia página web. El Foro no supone un canal de comunicación entre la Sociedad y sus accionistas y se habilita únicamente con la finalidad de facilitar la comunicación entre los accionistas con ocasión de la celebración de la Junta General.

Los analistas son un elemento clave a la hora de comunicarse con la comunidad financiera. Así, de forma permanente y con carácter individualizado, el Departamento de Relación con Inversores se encarga de atender a los analistas con motivo de cualquier consulta vinculada con VOCENTO. La publicación de los resultados, la comunicación de hechos relevantes, o de noticias aparecidas en prensa vinculadas a los diferentes negocios,

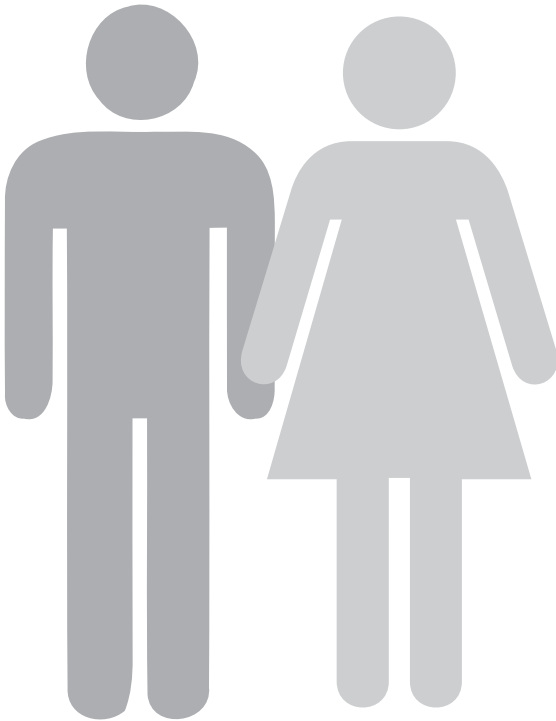
son motivos concretos para activar dichas comunicaciones. Igualmente, con carácter trimestral y según normativa, se realiza la publicación de resultados que se refuerza con una conferencia telefónica en la que tienen la oportunidad de plantear cualquier cuestión relacionada con la evolución operativa y financiera de la compañía.

Para mantener a la comunidad inversora informada VOCENTO es muy activa en la participación de foros o seminarios en España y en el extranjero con inversores institucionales. Periódicamente, se realizan a petición reuniones particulares con dichos inversores para mantener actualizados los mensajes estratégicos. En total y durante el año 2014, VOCENTO ha acudido a 12 foros y ha atendido a un total de 68 inversores institucionales.

En relación a estos públicos, cuando se organizan reuniones informativas sobre la marcha de VOCENTO u otros aspectos de interés, con objeto de que dispongan de información adecuada, se entiende sin perjuicio del estricto respeto por el principio de igualdad de trato de todos los accionistas que se encuentren en condiciones idénticas y que no estén afectados por conflictos de competencia o de interés.



RELACIONES CON EMPLEADOS



TOTAL DE PLANTILLA
2.736

La Dirección General de RRHH y Organización cuenta con una estructura matricial, existiendo responsables de RRHH por zona geográfica (Norte, Centro y Sur-Levante), además de los existentes a nivel local en varias empresas, así como otros responsables transversales por materia (Compensación y Desarrollo, Información y Control, Organización, Servicio Nóminas, y Formación, Selección y Prevención de Riesgos Laborales)

Cuando surge una vacante en VOCENTO, en primer lugar se ofrece la plaza internamente, informando a los empleados a través del portal interno y de los responsables de cada empresa. A continuación, si no existe candidato, se realiza un proceso de selección en el mercado. La formación, perfil y experiencia dependen del puesto de que se trate, aunque la mayoría de los perfiles seleccionados corresponden a titulados superiores.

VOCENTO cuenta con un procedimiento homogéneo de detección de necesidades formativas. Los distintos planes de formación de cada unidad de negocio recogen principios generales, tales como:

- La alineación de las acciones formativas a los objetivos estratégicos de Innovación, Impacto, Colaboración y Calidad
- La constitución de la formación como una herramienta de transformación productiva
- La búsqueda y aprovechamiento máximo de recursos internos y externos
- El énfasis en la formación interna y la transferencia de conocimientos entre áreas y empresas - La evaluación y medición de la efectividad de la formación
- La complementariedad de la formación con acciones de comunicación interna

En el Grupo se cuenta con un Sistema de Gestión del Desempeño, ligado a la retribución variable, para el colectivo de Directivos, gerentes y responsables/ jefes de equipo (aproximadamente el 10% de la plantilla) que tiene como objetivo fundamental disponer de un proceso sistemático que contribuya a:

- establecer objetivos de área/departamento derivados de

los objetivos del Grupo, permitiendo a cada profesional conocer sus prioridades de actuación, alineando, de este modo a las personas con el negocio.

- valorar, de forma objetiva, la contribución de cada profesional a los objetivos del Grupo (qué) y a su visión (cómo se deben alcanzar los objetivos).
- alinear las conductas individuales y de equipo con los esperados por VOCENTO.
- facilitar la comunicación formal y estructurada entre los directivos y sus colaboradores.
- identificar el desarrollo profesional de cada persona, monitorizando las áreas de mejora y estableciendo acciones concretas que lo faciliten.
- premiar el rendimiento de cada profesional de forma diferencial: más a quién más aporta, determinando el potencial de promociones o cambios de puesto de cada uno.

Asimismo se cuenta con un sistema de Compensación para Comerciales que busca incentivar las ventas (90% del variable son objetivos cuantitativos) y mejorar el desempeño de nuestros comerciales según los valores de VOCENTO (10% ligado la consecución de objetivos de tipo cualitativos).

No hay definida una política de desarrollo de persona general, sino que se realizan proyectos específicos según se van detectando necesidades en los diferentes colectivos.

VOCENTO no cuenta expresamente con una política de no discriminación o diversidad, si bien en su actividad se opera bajo estos principios. El colectivo de mujeres está cercano al 40%. No existe una política de contratación de colectivos desfavorecidos, si bien se cumple con la normativa sobre discapacitados en las empresas cuyas características así lo exigen.

Cada empresa del grupo cuenta con el correspondiente Plan de Prevención, en el que se incluye la política preventiva, recursos asignados y niveles de responsabilidad en materia de Prevención de Riesgos Laborales. Todo el personal recibe formación periódica sobre los riesgos de su puesto de trabajo y tiene acceso a las acciones de Vigilancia de la Salud establecidas por la normativa vigente en función de los riesgos de su puesto. Asimismo, el centro de Madrid cuenta con un ATS al servicio de los trabajadores que lo necesiten.

Actualmente VOCENTO no cuenta con una política de Conciliación de Vida Familiar y Laboral, si bien existe un amplio colectivo de empleados, especialmente mujeres, acogidas a reducción de jornada por cuidado de descendientes o ascendientes (en torno al 4,9% de la plantilla total). Asimismo, en función de las áreas y niveles de responsabilidad, se establecen medidas de flexibilidad horaria de manera personalizada o general, especialmente en el área corporativa.

VOCENTO cuenta con un Portal del Empleado donde se publica información de interés. Asimismo, de manera mensual los empleados reciben un boletín interno con noticias del grupo, donde tienen la posibilidad de indicar sus sugerencias.

Periódicamente se realizan estudios psicosociales, de acuerdo con la obligación establecida por la normativa sobre Prevención de Riesgos Laborales, y expresamente cuando se solicita por los trabajadores o sus representantes. Los trabajadores cuentan con los correspondientes canales de representación (Delegados de Personal, Comités de Empresa), en los casos establecidos por la normativa de aplicación. Las sugerencias o quejas de los empleados se reciben a través de dichos representantes, o bien directamente por los responsables de Recursos Humanos a nivel local o central.

El nivel de sindicación es variable, en función del área geográfica, dimensiones de la empresa y actividad de la misma. Los sindicatos de mayor representatividad son UGT y Comisiones Obreras. Existen, también, candidaturas independientes y sindicatos minoritarios.

La participación se corresponde con la establecida en la normativa vigente.

Durante el año 2014 no se han producido expedientes de regulación de empleo ni reducciones de plantilla.

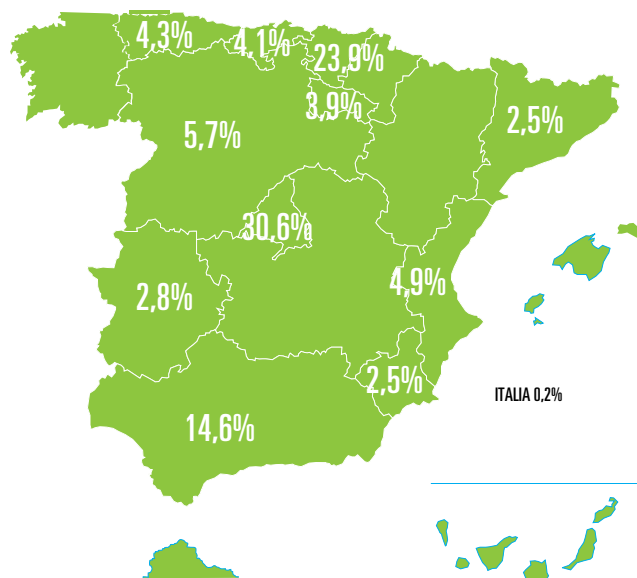
VOCENTO MEDIA LAB: INNOVACIÓN EN CAPACITACIÓN DE REDACCIONES Y EQUIPOS EN EL ENTORNO DIGITAL.

Vocento puso en marcha en diciembre el Vocento Media Lab, un laboratorio de innovación, formación y experimentación centrado en la capacitación de las redacciones y los equipos de la compañía en el entorno digital, en la transformación cultural, y en el fortalecimiento de los lazos con la comunidad de start-ups y el talento externo, nacional e internacional, en el ámbito tecnológico.

En 2014, el nuevo Vocento Media Lab arrancó su programa de periodismo de datos con un curso de inmersión para 20 periodistas y diseñadores de ABC, Colpisa y los diarios regionales del grupo, con 20 horas, a los que se sumará otra veintena de profesionales de las redacciones en un segundo curso en marzo. El programa aspira a capacitar a las redacciones y los equipos técnicos en el manejo y tratamiento de bases de datos y la visualización de datos para la elaboración de informaciones y servicios útiles para nuestras audiencias.

En 2015, el Vocento Media Lab centrará sus acciones formativas en las nuevas narrativas audiovisuales, la estrategia de redes sociales y el diseño de productos para soportes móviles, y liderará dinámicas internas para fomentar y experimentar con metodologías ágiles de desarrollo y diseño de producto. Además, su programa incluye la convocatoria de foros de expertos de la industria en ámbitos clave como el SEO en el entorno móvil y social, y de jornadas de talento externo con start-ups en ámbitos previamente identificados como prioritarios para la innovación y la transformación digital.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LA PLANTILLA



CANTABRIA	58,0%
CATALUÑA	50,7%
MADRID	47,1%
ASTURIAS	47,0%
EXTREMADURA	44,2%
LA RIOJA	41,7%
ITALIA	40,0%
CASTILLA LEÓN	39,7%
PAÍS VASCO	38,1%
ANDALUCÍA	33,1%
C. VALENCINA	30,6%
MURCIA	30,4%

PLANTILLA POR CATEGORÍA



DIRECTIVOS: 7,1%
MUJERES 25,9%



MANDOS INTERMEDIOS: 15,9%
MUJERES 34,3%



EMPLEADOS: 77,1%
MUJERES 44,4%

% MUJERES DIRECTIVAS

MADRID	35,6%
CATALUÑA	33,3%
CASTILLA LEÓN	33,3%
MURCIA	33,3%
PAÍS VASCO	28,6%
LA RIOJA	22,2%
CANTABRIA	18,2%
ANDALUCÍA	7,4%
ASTURIAS	0,0%
EXTREMADURA	0,0%
ITALIA	0,0%
C. VALENCIANA	0,0%

OTROS DATOS* (*DATOS REFERIDOS AL 98% DE PLANTILLA)



TIPO DE CONTRATO
88,94%
FIJO A TIEMPO COMPLETO



PERSONAS CON REDUCCIÓN DE JORNADA
132
(4,9% DE LA PLANTILLA)



PERSONAS EN EXCEDENCIAS POR CUIDADO DE HIJOS
8



HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO
10,02

TASA DE ABSENTISMO
3,64

(SUPUESTO AÑO DE 220 JORNADAS, REDUCCIONES DE JORNADA DE 4 HORAS) TASA CALCULADA QUE CUBRE EL 77% DE LA PLANTILLA.

ACCIDENTABILIDAD
32 ACCIDENTES

DURACIÓN MEDIA 15 DÍAS.
55,9% LABORAL
44,1% IN ITINERE

COMITÉS DE SEGURIDAD Y SALUD
46% DE LAS ENTIDADES

ESTÁN PRESENTES EN LOS C DE SYS UN 3,3% DE LA PLANTILLA TOTAL.

ORGANIZACIONES DE TRABAJADORES Y NEGOCIACIÓN
52% DE LAS ENTIDADES

CON COMITÉS DE EMPRESA. SÓLO 36% TIENEN MÁS DE 50 TRABAJADORES.

RELACIONES CON AUDIENCIAS

Cada medio o cabecera de VOCENTO mantiene sus propios canales de comunicación y relaciones con audiencias tales como cartas al director, sección fija de rectificaciones, la figura en su caso del defensor del lector etc. El mapa de riesgos definido este año analiza en concreto la pertinencia de establecer indicadores más específicos en este ámbito.

Medio	Cartas al director	Sección fija de rectificaciones	Defensor del lector	Publicación/ difusión quejas y demandas	Publicación del nº de rectificaciones, quejas, demandas que se atienden anualmente (información pública, rendición de cuentas al respecto)	Otras iniciativas bajo el concepto de mutualización (inclusión de los lectores y audiencias en el proceso de generación de Noticias, etc.)
<u>ABC</u>	Sí	No existe una sección fija. Cuando las hay se publican.	El domingo se publica en la sección de 'Opinión': 'ABC y sus lectores' exponiendo una recopilación de las quejas y las peticiones de los lectores.	Sí, cuando las hay.	No.	Sobre todo en la web y a través de los blogs digitales de ABC. Se tiene en cuenta la información que proporcionan los lectores a través de las Cartas al Director. Si es relevante se pasa a la sección que corresponda para crear una noticia, si interesa, sobre el tema.
<u>Diario Vasco</u>	Sí, es una sección fija de las páginas de Opinión	No existe una sección fija de rectificaciones en el periódico. Si es preciso hacer alguna rectificación informativa, se suele presentar en las páginas de la sección de Opinión, junto a las Cartas al Director.	No existe esta figura como tal.	No suelen publicarse las quejas que llegan al periódico. Se pasan a la sección correspondiente.	No se publica el número de rectificaciones que se hacen. Cuando hay que corregir algo se publica la rectificación en Cartas al Director.	Sección de Ecos de Sociedad elaborada con la aportación de contenidos por parte de los lectores (aniversarios, cumpleaños, bodas, eventos importantes, etc.); secciones abiertas de foros ciudadanos; sección de blogs abierta a lectores, etc. Existe una nueva iniciativa de charlas digitales de pregunta (lector) y respuesta (de un experto en el tema).
<u>El Comercio y La Voz de Avilés</u>	Sí, se publica una sección diaria de Cartas al director.	El espacio habitual de las aclaraciones o de la fe de erratas es junto a las cartas, en la sección de Opinión, aunque, en función de asunto y de la forma que requiera, se publican también en las áreas en las que salió la noticia que originó la réplica.	No existe esta figura como tal. Es la Dirección la que se ocupa de atender cualquier reclamación.	Por lo general, si la satisfacción de la queja requiere publicar una aclaración o réplica, se hace, bien aisladamente, bien como parte del seguimiento de la información que dio lugar a ella. Los requisitos son la pertinencia y la corrección.	No se publican las quejas ni demandas. Se archivan pero, generalmente, no se hace ni recuento ni se publican.	Todos los días se publica 'La columna de Gijón' en la que los lectores incluyen sus peticiones o quejas pero no del periódico sino del funcionamiento de la región.

Medio	Cartas al director	Sección fija de rectificaciones	Defensor del lector	Publicación/difusión quejas y demandas	Publicación del nº de rectificaciones, quejas, demandas que se atienden anualmente (información pública, rendición de cuentas al respecto)	Otras iniciativas bajo el concepto de mutualización (inclusión de los lectores y audiencias en el proceso de generación de Noticias, etc.)
<u>El Co-reo</u>	Sí, se publica una sección diaria de Cartas al director.	Hay una persona que se ocupa de las Cartas al director que lleva las rectificaciones cuando estas se publican en un apartado de fe de erratas. Aunque las rectificaciones se pueden hacer también en la sección a la que corresponda la corrección.	No existe esta figura como tal. Pero sí hay un correo para que los usuarios envíen sus comentarios que llega al lector y dependiendo del tema de la petición o queja se traslada al lector o a la sección correspondiente.	Se contesta a las quejas y peticiones que envían pero no se publican en el diario.	Se archivan las reclamaciones, peticiones y quejas pero no se publican ni se hace recuento de las que llegan.	Los lectores suelen participar en el día a día del periódico a través de 'Enlace' una sección en la que se publican, cartas, fotos, artículos, aniversarios, etc. que los lectores envían. En caso de que un lector escriba un artículo o facilite una información que sea relevante sí suele tenerse en cuenta a la hora de publicar un artículo con esos datos.
<u>El Diario Montañés</u>	Sí, Sección fija diaria en las páginas de Opinión. Se publican entre tres y cuatro cartas de los lectores cada día.	No hay una sección fija de rectificaciones, sino que se publican en la sección de cartas al Directo. No suelen recibir muchas rectificaciones.	No existe esta figura como tal.	En la sección de cartas al Director suelen publicar tanto las quejas, como las peticiones o, de vez en cuando, agradecimientos a instituciones o personas.	No hacen balances o recuentos anuales.	Correo electrónico al que puede dirigirse cualquier lector para enviar sus propuestas, noticias o reclamaciones. Interacción con los lectores en la web a través de comentarios en las noticias y en los más de diez blogs que tienen de periodistas y colaboradores. Además, cuando hay acontecimientos importantes, temporales o eventos, suelen pedir imágenes y comentarios a los lectores y seguidores del diario para que las envíen.
<u>El Norte de Castilla</u>	Sí	Sí se publican cuando hay que hacer correcciones.	No existe la figura como tal.	Las quejas y demandas no se publican. Si se puede, se hace una rectificación y se contesta al emisor de la queja.	No se hacen recuentos del número de las quejas ni de las peticiones. Por lo tanto, no se publican.	Sí. El proyecto barrios de Víctor Vela que interactúa con los ciudadanos. Además también existen blogs en los que la audiencia puede comentar y charlas digitales entre los lectores y un experto en el tema tratado.
<u>Hoy</u>	Sí. Sección fija, publican una media de cuatro cartas al día.	No existe sección fija. Si hay que hacer rectificaciones se hace en Cartas al Director bajo el título: 'Aclaración'.	No existe esta figura como tal.	Alguna vez, cuando hay quejas o peticiones sobre alguna información muy concreta del periódico sí se publica.	No se hacen recuentos del número de las quejas ni de las peticiones. Por lo tanto, no se publican.	Se tiene bastante en cuenta la opinión del lector. Las Cartas al Director proporcionan información que a veces se usa para crear noticias. Hay mucha interacción a través de las redes sociales.
<u>Hoy Co-razón</u>	NO	NO	NO	Sí, cuando las hay.	NO	NO

Medio	Cartas al director	Sección fija de rectificaciones	Defensor del lector	Publicación/difusión quejas y demandas	Publicación del nº de rectificaciones, quejas, demandas que se atienden anualmente (información pública, rendición de cuentas al respecto)	Otras iniciativas bajo el concepto de mutualización (inclusión de los lectores y audiencias en el proceso de generación de Noticias, etc.)
<u>Ideal</u>	Sección diaria. Muy valorada entre los lectores.	No. Se publican las rectificaciones cuando se producen los errores o equivocaciones en 'Cartas al Director' en 'Fe de erratas'.	No existe esta figura como tal.	Sí suelen publicarse siempre que sean respetuosas. Cualquier tema, tanto sobre el periódico como la vida de la ciudad, política, economía, etc.	No se hace recuento de las quejas pero sí de las erratas que hay a la semana.	Hay mucha interactividad con los lectores a través de las redes sociales. Además el director contesta personalmente a las cartas que le envían. Se suelen tener en cuenta las informaciones que aportan los lectores. Se valoran y si son de interés general se hace una noticia al respecto.
<u>La Rioja</u>	Sí. Se trata de una sección fija diaria.	No existe como tal sección fija. Se incluye en la de Cartas al Director.	No existe esta figura como tal. El jefe de Opinión y el director tratan de atender personalmente las cuestiones que formulan los lectores. Contestan a las cartas y a los e-mails pero no se publica.	Sí suelen publicarse en la sección de Cartas al Director. Normalmente se reciben las quejas o demandas a través del 'Teléfono del Lector'.	No	'Teléfono del Lector' y WhatsApp que se utiliz para recibir imágenes y noticias de los lectores. El número de teléfono para el WhatsApp está en su web. Las peticiones o publicaciones de los lectores se incluyen en la sección de Local. Además sus artículos están abiertos para incluir comentarios de los usuarios.
<u>La Verdad</u>	Sí, diarias.	Sí se suelen publicar cuando las hay en 'Cartas al Director'. No existe una sección fija. Si la rectificación es muy concreta y de mucha importancia se rectifica en la propia sección de la errata.	No existe esta figura como tal.	Sí en la sección 'La Chincheta' se suelen publicar las quejas y las peticiones de los lectores. Pero no si son despectivas. También se publican en 'Cartas al Director'.	No se publica el número de quejas.	Se tiene bastante en cuenta la opinión del lector a la hora de hacer las noticias. Se utilizan, a veces, los temas de las 'Cartas al Director' para informar sobre temas de actualidad. Además, las redes sociales proporcionan un nivel de interacción entre el medio y los lectores muy alto.
<u>La Voz de Cádiz</u>	Sí, diarias.	No existe una sección fija de rectificaciones en el periódico. Cuando las hay se publican en la sección de 'Opinión'.	No existe esta figura como tal.	Sí hay alguna queja, demanda o petición se publica en la sección de 'Cartas al Director' independientemente de si la queja es sobre el día a día de la provincia o sobre el periódico.	No	Sobre todo en la web y en las redes sociales.
<u>Las Provincias</u>	Sí, se suelen publicar en la sección de opinión.	Como sección fija no existe. Cuando las hay se incluyen en Cartas al director.	No existe esta figura como tal.	En la sección El Cabinista (página 2) se incluye alguna queja de lectores.	No tenemos un cálculo ni una estimación al respecto.	En los comentarios de la noticia, los lectores pueden publicar. Además, a través de las redes sociales hay bastante interacción con los usuarios.

Medio	Cartas al director	Sección fija de rectificaciones	Defensor del lector	Publicación/ difusión quejas y demandas	Publicación del nº de rectificaciones, quejas, demandas que se atienden anualmente (información pública, rendición de cuentas al respecto)	Otras iniciativas bajo el concepto de mutualización (inclusión de los lectores y audiencias en el proceso de generación de Noticias, etc.)
<u>Mujer Hoy</u>	No	No es fija, solo se publica cuando hay rectificaciones	No	No	No	Sí, votaciones abiertas a lectores en la web.
<u>Sur</u>	Sí.	No existe una sección fija de rectificaciones en el periódico. Cuando las hay se publican en 'Cartas al Director'.	No existe esta figura como tal.	No suele haber muchas quejas pero cuando llegan siempre se publican, ya sean sobre temas o informaciones del periódico como de la sociedad o la actualidad informativa.	No se hace recuento y por lo tanto no se publica el número ni de quejas, ni demandas, ni peticiones.	Sí, a través de la web y redes sociales donde se interactúa con los lectores de una manera muy activa. Además las cuentas de las redes sociales de los redactores están abiertas a los lectores para que puedan contar sus opiniones, sugerencias o noticias. Se tienen muy en cuenta las sugerencias de noticias que hacen los lectores a través de las redes sociales o las 'Cartas al Director'.
<u>XL Semanal</u>	Sí. Sección fija de cartas, fax y emails que gestiona Lorenzo Silva.	Si hay alguna rectificación se publica.	Sí	Sí	No	No

INNOVA+

Bajo la marca Innova+, en octubre de 2012 se lanzó un nuevo producto editorial elaborado desde la Redacción Central de Vocento para todos los diarios regionales, consistente en un suplemento en papel mensual y un espacio multimedia en las webs con información diferenciada y actualizada a diario. La innovación en las empresas y sus frutos, en especial en el ámbito español, es el centro editorial de la publicación. Innovación y tecnología están ligados y de ahí que gran parte de los contenidos también estén enfocados a esta área. Las secciones en las que se toca el tema de la innovación son: empresas, investigación científica, emprendedores e internet y gadgets, principalmente. El producto tiene su cuenta en twitter: @innova_mas



RELACIONES CON LAS COMUNIDADES DONDE OPERAMOS

FUNDACIÓN VOCENTO

Fundación Vocento se creó hace ya más de 25 años, con el objetivo de llevar a cabo actividades de distinta índole que permitiesen ofrecer a la sociedad, y especialmente a los lectores, una perspectiva atractiva, plural y comprometida de los diferentes temas que configuran la realidad, política, social, económica, histórica y cultural de España. Resulta fundamental la colaboración de todos los periódicos de VOCENTO, que prestan su nombre a las distintas Aulas de Cultura de la Fundación. Esta sinergia permite a las distintas Aulas optimizar su actividad con la infraestructura que ofrecen los periódicos en cada provincia, promocionando y dando cobertura informativa a los distintos actos realizados. A cambio, los periódicos ofrecen a los ciudadanos de cada provincia, especialmente a sus lectores, la posibilidad de acudir a foros de debate, bien sea en clave de reflexión o al hilo de la más palpitante actualidad.

Uno de los proyectos más importantes que continuado la Fundación Vocento en 2014 ha sido la organización de las IV jornadas de Futuro en Español. Un congreso que apuesta por la búsqueda de la verdad y por el compromiso con el ciudadano, con el lector y que se plantea como una oportunidad para reflexionar sobre las posibilidades que ofrece este idioma común que comparten centenares de millones de hispanoparlantes de dos continentes. En esta edición de 2014, Futuro en Español se ha celebrado en Logroño, Granada, Valladolid y Valencia y ha alcanzado más de 2.000.000 de visitas en los portales de los diarios de Vocento, que han hecho la cobertura de los encuentros.

Dentro de las actividades realizadas, las conferencias siguen siendo el instrumento de relación más atractivo y demandado. En el 2014, se celebraron 270 conferencias, con una asistencia de 45.200 personas

y han participado personajes del mundo de la política como José María Michavilla, Esperanza Aguirre, Ignacio González, Jesús Posadas; escritores como Julia Navarro, Fernando García de Cortázar. La música también ha estado representada por Fernando Velázquez, o el conjunto "Maruri y Jones" que nos deleitaron con la presentación de su disco "Arpegione", que pocos días después se presentó en la Wiener Musikverein de Viena. Economistas como Ramón Tamemes; Historiadores como los prestigiosos catedráticos Ricardo García Cárcel, Ricardo Martín de la Guardia o Ferrán Gallego.

La Fundación Vocento cuenta también con otros dos proyectos de relieve:

- Premio de Periodismo de El Correo. Que se otorga conjuntamente por el periódico y nuestra Fundación que en 2014 en su XXVII edición recayó sobre el compositor Fernando Velázquez, autor entre otras de las bandas sonoras de Lo imposible y El Orfanato.
- Máster de Periodismo de El Correo- UPV dirigido a la formación de las nuevas generaciones de periodistas.



MÁSTER DE PERIODISMO DE ABC - UCM

La marca ABC, periodismo que ha cumplido 111 años de vida, ha sabido estar siempre a la vanguardia. Un Máster de Periodismo profesional, creado con el espaldarazo académico de la Universidad Complutense de Madrid, es el escenario ideal para que futuros periodistas se doten del equipaje literario, ético y tecnológico que les permita ejercer de manera intachable una profesión que vive una época de cambios apasionantes. Más de 340 alumnos han pasado por las aulas del Máster en estos veinticinco años de historia y cerca de 70 trabajan en ABC y en medios del Grupo Vocento.

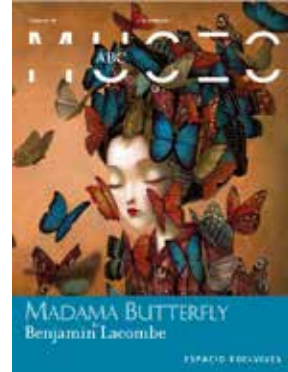


MÁSTER DE EL CORREO - UPV/EHU

El Máster de Periodismo Multimedia El Correo-UPV/EHU es un curso de carácter oficial y con validez en todo el territorio español y países de la Unión Europea, según los criterios de homologación emanados de la Declaración de Bolonia. El objetivo es formar a jóvenes profesionales que hoy precisan las empresas más dinámicas del sector. Los alumnos adquieren la capacidad para desenvolverse en cualquiera de los soportes: prensa, radio, televisión y ediciones digitales.

El Máster de Periodismo Multimedia de El Correo en colaboración con la Universidad Pública Vasca, graduó en el curso 1988-89 a la primera promoción; es el segundo más antiguo de España, y está catalogado como uno de los de más alta calidad en el ámbito del periodismo.





MUSEO ABC

La colección ABC está formada por cerca de 200.000 dibujos originales que datan desde 1891 hasta la actualidad. En 2014 se han inventariado 112.281 piezas de las cuales se han catalogado y digitalizado 12.474 obras. Además, se trabaja de forma permanente en su revisión y restauración (en el ejercicio se intervinieron 783 obras). El Museo ABC ha desarrollado y acogido en sus salas un completo Programa de Exposiciones con fondos propios y de otras colecciones ligadas al dibujo y la ilustración.

Juan Berrio mostró su proyecto **Cuaderno de frases encontradas** que comenzó siendo un blog con viñetas realizadas a pie de calle y alcanzó tal éxito que se convirtió en un libro y esta muestra. Bajo el título **Eulogio Varela. Modernismo y modernidad**, se presentó una exposición dedicada al gran representante del art nouveau en Madrid. **Pensar con las manos** rompió los moldes de la exposición tradicional al mostrar la obra de dos diseñadores -Pep Carrió e Isidro Ferrer- posibilitando su movimiento a través de la pantalla de un iPad que reconoce la pieza que se está contemplando. En **Shakespeare, danzas y regocijos** el artista Pablo Márquez rindió homenaje al dramaturgo inglés en el 450 aniversario de su bautismo. En la sala 0 se descubre el proceso de creación de las publicaciones de Edelvives: **El pájaro enjaulado de Javier Zabala; Rébecca Dautremer y Ana Juan y Madama Butterfly de Benjamin Lacombe**. En su cuarto año el programa Conexiones continúa ligando los fondos de la Colección Banco Santander y ABC en los proyectos **Ruinas graves. Por Juan López y Ensayos para una gran obra. Por José Luis Serzo**. En verano se recreó el mundo de los samuráis y la forja japonesa a través de **Evangelion y las katanas japonesas**. Así como la pintura española de Velázquez sirvió de inspiración para el cómic y la muestra **Dibujar Las Meninas de Javier Olivares**. En navidad se expusieron las estampas costumbristas madrileñas de principios de siglo en **Francisco Sancha, el alma de la calle** y el material gráfico de la película de Fesser **Los intrínquilis de Mortadelo y Filemón contra 'Jimmy el cachondo'**.

El Museo ABC ha organizado, comisariado y producido exposiciones para otras instituciones culturales españolas y europeas de renombre. Es el caso de Caja Granada Puerta Real que acogió dos muestras: **Gente Menuda. Dibujos para un gran suplemento infantil** y **Francisco López Rubio. Maestro de la línea**

clara. Otro ejemplo es la muestra de la serie completa de las **Greguerías de Ramón Gómez de la Serna** que viajaron a París y Bruselas tras su itinerancia por los I. Cervantes de República Checa y Polonia. El M^o Lozano Sidro de Priego de Córdoba dedica un espacio hasta 2018 llamado Sala Museo ABC, 5 exposiciones anuales comenzando por **Adolfo Lozano Sidro en la Colección ABC**.

La actividad expositiva del Museo se ha visto complementada por una amplia Programación de Actividades Culturales dirigidas a distintos tipos de público. Se han llevado a cabo cursos anuales y trimestrales de **Iniciación al dibujo** específicamente creados para mayores; también talleres, mesas redondas y encuentros de profesionales de la ilustración (talleres de caligrafía, tipografía, exlibris, manga, etc.); visitas guiadas a las exposiciones para facilitar su comprensión y divulgación; y se ha continuado con el programa infantil y familiar de **El club de los sábados** (gymkanas, H^a del Arte, talleres de ilustración y cuentacuentos) además del campamento **Summer Drawing**. **Dibujamadrid** se ha convertido en uno de los programas clave del Museo ABC, una serie de tertulias y visitas para dibujar los espacios más emblemáticos de la capital. Por primera vez, gracias a la colaboración con la AECID, se realiza de forma paralela en Guatemala y los trabajos son expuestos en su Centro Cultural de España y en el Museo ABC. Además del programa educativo, se mantienen tres citas ineludibles para el público madrileño: el ciclo de conciertos de la **Fundación Albéniz** las tardes de los martes en invierno; la **Semana del Dibujo** y la Ilustración en mayo; y el salón Ilustrísima que se lleva a cabo cada Navidad.

RESULTADOS 2014

89.760 VISITANTES EN 2014 // 266.427 DESDE 2010
17 EXPOSICIONES EN EL MUSEO ABC // 6 EXPOSICIONES EN MUSEOS EXTERNOS
59 OBRAS PRESTADAS A OTROS MUSEOS
4 LIBROS PUBLICADOS POR LA EDITORIAL MUSEO ABC
38 TALLERES PARA FAMILIAS // 39 PARA AFICIONADOS
65 VISITAS GUIADAS

ALGUNAS INICIATIVAS DE ACCIÓN SOCIAL EN 2014

ABC

Premio ABC Solidario.

La cesión de espacios publicitarios y otras acciones solidarias han sido valoradas por LBG en 2014.

SUR

Cesión espacios publicitarios para campañas como Dona Sangre, de Médicos sin Frontera, Manos Unidas, Jóvenes y Desarrollo, Campaña Alia2, Amnistía Internacional, Campaña Torneo Solidario de Golf CUDECA, Campaña Walkthlon y otras entidades

Apoyo logístico o abastecimiento de material a CUDECA, Casa Ronald McDonald y otras organizaciones no lucrativas.

Organización de actividades para fomento de la cultura y solidaridad

EL COMERCIO

Marcha solidaria organizada por el Diario El Comercio en favor de la Asociación Española contra el Cáncer.

EL CORREO

V Carrera Familiar, III Marcha Familiar y Segunda Carrera Familiar en diversas localidades.

Colaboración Caritas Álava, comedores sociales de Bilbao y otras entidades no lucrativas.

EL DIARIO MONTAÑÉS

Colaboración en eventos y campañas de más de treinta no lucrativas de ámbito local y nacional mediante cesión de espacio publicitario, apoyo logístico en eventos, participación y otras modalidades de apoyo en recursos



EL DIARIO VASCO

Inserción de publicidad gratuita a ONGS como Etiopía Utopía, Médicus Mundi, Médicos sin Fronteras, Cruz Roja, Cáritas, Unicef y Acnur.

Colaboración mediante inserción de anuncios de actividades y prestación de determinados servicios como apoyo redaccional, organización de charlas o cesión de material del propio periódico para más de una veintena de organizaciones

EL NORTE DE CASTILLA

Día de la Familia en Marcha. Colaboraciones con Cruz Roja. Torneo solidario de Pádel a favor de "Autismo Valladolid". Premios Canal Solidarios. Juguete Solidario. Donación juguetes a Fundación Ambuibérica

HOY

Colaboración en eventos con Asociación Oncológica de Extremadura, Aspaceba, II marcha solidaria contra el cáncer Valle del Jerte. "Contigo por la infancia", Maratón Popular Ciudad de Badajoz. I OPEN de PADEL para la investigación del SÍNDROME RETT. Cesión de publicidad a Manos Unidas, Feaps, Cocemfe, Asociación triángulo entre otras

HOY CORAZÓN

Premio Corazón Solidario



IDEAL

Cesión de publicidad para diversas ONGS.

Calendario solidario GRANADOWN.

Restauración de las capitulaciones de Almería y exposición al respecto

LA RIOJA

Colaboración con el Banco de Alimentos, Entre Culturas, Feaps, Cocina Económica Asociación contra el Cáncer, Coopera, Proyecto Hombre, Medicus Mundi, Unicef, Médicos Sin Fronteras, Manos Unidas, y otras a través de cesión de publicidad y otras acciones.

Organización VI Certamen Alma Solidaria, Media Maratón de La Rioja y Carrera de la Mujer.

LA VERDAD

Patrocinio del festival de magia solidaria "Grandes Ilusiones" para la integración de las personas con Discapacidad Intelectual y DCA.

Publicidad gratuita para todas las principales ONG y fundaciones (Vicente Ferrer, Cáritas, Unicef, Médicos Sin Fronteras...)

LAS PROVINCIAS

Cesión de espacios publicitarios, colaboración en eventos solidarios y campañas de organizaciones no gubernamentales de ámbito local y nacional, Premios Valencianos para el Siglo XXI: Durante 15 años, y Fabricando Talento.



PREMIOS

Las cabeceras de Vocento fueron galardonadas con diversos premios en 2014, entre ellos están:

ABC

European Newspaper Award
Galardonado en los Premios de Diseño Periodístico ÑH

COLPISA

Innova+, premiado en la VII Edición de los premios de periodismo Tecnalia
Salud Revista.es recibe, premio IBSA Internacional

EL DIARIO MONTAÑÉS

Mejor diseño periodístico España y Portugal 2014 organizado por el capítulo español de la Society for News Design (SINDE)
Galardonado en los Premios de Diseño Periodístico ÑH

EL DIARIO VASCO

Tres medallas en los Premios ÑH al diseño
Socios honorarios de DYA (Asociación de ayuda en carretera)
Premio Anual de la Asociación guipuzcoana de Epilepsia
Galardonado en los Premios de Diseño Periodístico ÑH

EL CORREO

European Newspaper Award
Galardonado en los Premios de Diseño Periodístico ÑH

EL NORTE DE CASTILLA

Premio a la mejor gestión de RR.HH.
Espiga de Honor de la Seminci (Semana Internacional de Cine)
El patio del centro e-Lea, en Uruña, está dedicado a El Norte
Premio a la Excelencia Empresarial de la Cámara de

Comercio de Segovia

Premio al fotógrafo de Palencia por la Diputación de Palencia
Premio al suplemento E-volución de El Norte por el Colegio de Ingenieros Informáticos de Burgos
Cecale de Oro concedido por la Confederación de Empresarios de Castilla y León
Embajador del Teatro Calderón de la Barca
Premios Solidarios ONCE

IDEAL

Premio a la trayectoria Cámara de Comercio de LINARES por nuestro 75 Aniversario
Premio a la labor de Divulgación de la economía Social, CAESA
Premio de la federación Andaluza de Montañismo COLLADO SUR por la difusión del montañismo en la prensa escrita a IDEAL JAÉN por la promoción de rutas y senderos de JAÉN

LA RIOJA

Premios Redactores Diario LA RIOJA en 2014: Roberto González Lastra: Finalista Premio Seguridad Vial línea directa.
Finalista Premio José Lumberras Pino de periodismo

LAS PROVINCIAS

Galardonado en los Premios de Diseño Periodístico ÑH

LA VERDAD

Premios "7 DÍAS YECLA" y "7 DÍAS JUMILLA" otorgados por los diarios locales de dichos municipios a La Verdad por su dilatada trayectoria defendiendo los intereses de sus ciudadanos

SUR

Reconocimiento de Radio MARCA
Amanda Salazar, redactora de SUR, recibió el premio 'Mujer y Comunicación' de la Diputación provincial de Málaga
Javier Almellones, periodista colaborador de SUR, recibió en enero de 2014 el Premio el Premio Internacional de Comunicación y Periodismo Turístico "Sol de Oro"

VOCENTO

Fernando Belzunce, Carlos Caneiro e Iván Manzanar ganan el Editors Labs

ENTIDADES DE LAS QUE VOCENTO ES MIEMBRO

UTECA: Constituida en febrero de 1998, la Unión de Televisiones Comerciales Asociadas (UTECA) es el organismo que representa y defiende los intereses comunes de las televisiones comerciales en el ámbito nacional, comunitario e internacional. Actualmente cuenta con los asociados: Atresmedia, Mediaset España, Net TV y Veo.

AEDE: La Asociación de Editores de Diarios Españoles, aede, representa a la prensa española a través de las diferentes plataformas tecnológicas ante las distintas instituciones nacionales, europeas e internacionales

European Publishers Council: Un grupo formado por los más altos representantes editores de diarios y revistas en Europa. El propósito general es fomentar la correcta elaboración de leyes para la industria de los medios de comunicación.

WAN-INFRA: Es la organización global del mundo de la Prensa que representa a más de 18.000 publicaciones, 15.000 webs y alrededor de 3.000 compañías en más de 120 países.

ENPA: ENPA trabaja en representación de sus miembros y editores que invierten y desarrollan modelos de negocio para ofrecer a los lectores nuevas e interesantes formas de acceder a los contenidos informativos acreditados tanto en formato impreso como digital.

ARI: Es la asociación de los editores de revistas, en cualquier formato, con cualquier frecuencia, revistas dirigidas a un público general. La unión de los editores, en estos momentos de cambios en el sector nos fortalece para afrontar nuevos proyectos.

APD: La Asociación para el Progreso de la Dirección (APD) es una entidad privada e independiente, sin ánimo de lucro, de ámbito internacional, cuya misión es impulsar y actualizar la formación y la información de los directivos de empresas y de los empresarios a través de actividades de difusión del conocimiento, capacitación y mejora profesional.

MMA: La Marketing Mobile (MMA) es la principal asociación global sin ánimo de lucro, que representa a todos los agentes de la cadena de valor de comercialización móvil. Con más de 700 empresas asociadas de más de 50 países.

FUNDACIONES O ENTIDADES NO LUCRATIVAS CON LAS QUE COLABORA

(DONACIONES O PARTICIPACIÓN EN PATRONATOS, ETC.)

Fundación Príncipe de Asturias
Museo Guggenheim
Círculo de Empresarios
Instituto de la Empresa Familiar
Dircom: Asociación de Directivos de Comunicación
Club Financiero de Bilbao
Círculo de Empresarios Vascos
Instituto de Auditores Internos de España
Medios On (Asociación Española de Medios de Comunicación Online)
OPA (Federación de Organizaciones de Profesionales, Autónomos y Emprendedores)

VALORACIÓN DE LA ACCIÓN SOCIAL SEGÚN EL MODELO LBG



El modelo LBG (London Benchmarking Group) mide la acción social de las empresas visibilizando las diferentes colaboraciones valorándolas monetariamente, tanto las que suponen aportaciones dinerarias como otras en especie, dedicación en tiempo de sus empleados y directivos, etc.

VOCENTO forma parte de LBG desde 2013 e inició el proceso de medición de toda su acción social (como corporación y cabeceras) en 2014, siendo la única empresa de medios que forma parte de este modelo de medición de la acción social.

Este primer año de aplicación del modelo a VOCENTO hemos realizado una primera valoración de nuestra acción social que incluye la contribución de ABC en espacios gratuitos o semigratuitos, donaciones de Vocento y las aulas de cultura de algunas cabeceras como donación a la Fundación Vocento. Aún parcial, este primer intento de medición, servirá para ser replicado en las diversas cabeceras a lo largo de 2015 tras haber identificado todas las acciones de valor social que emprenden.

MEDICIÓN LBG: CÓMO 1.101.614€



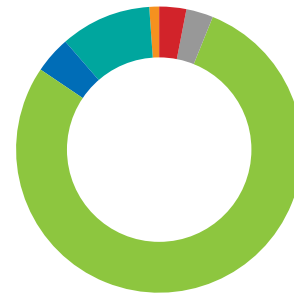
DINERO **71,4%**
ESPECIE **24,0%**
COSTES DE GESTIÓN **4,6%**

MEDICIÓN LBG: MOTIVACIÓN



APORTACIÓN PUNTUAL **60,38%**
INVERSIÓN SOCIAL **21,70%**
INICIATIVA ALINEADA CON EL NEGOCIO **17,91%**

MEDICIÓN LBG: ÁREA DE ACTIVIDAD



EDUCACIÓN **1,82%**
SALUD **3,10%**
DESARROLLO ECONÓMICO **3,49%**
ARTE Y CULTURA **77,10%**
BIENESTAR SOCIAL **4,03%**
OTROS **10,47%**

DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

GAS Y GAS OIL

M3 / LITROS	BEPSA		SVPR		PRINTOLID		ROTOMADRID	
	GAS	GASOIL	GAS	GASOIL	GAS	GASOIL	GAS	GASOIL
			157.100	1690			90.560	1.000
TOTAL CONSUMO					41957		90.560	1.000

EMISIÓN DE GASES, LÍQUIDOS Y ACEITES

KILOS / LITROS	BEPSA		SVPR		PRINTOLID		ROTOMADRID	
	KILOS GASES EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES
			30,4	5815			0	0
			30,4					
			30,4					
TOTAL EMISIÓN					31730		0	0

RECICLAJE I

TONELADAS	BEPSA		SVPR		PRINTOLID		ROTOMADRID	
	PAPEL	PLANCHAS	PAPEL	PLANCHAS	PAPEL	PLANCHAS	PAPEL	PLANCHAS
			824	33,3			754	0
							0	59
TOTAL VENTA					475	54	754	59

RECICLAJE II

TONELADAS	BEPSA		SVPR		PRINTOLID		ROTOMADRID	
	PLÁSTICOS	CAUCHOS	PLÁSTICOS	CAUCHOS	PLÁSTICOS	CAUCHOS	PLÁSTICOS	CAUCHOS
			0,015	0,477			3	0
TOTAL VENTA							3	0

	ANDALUPRINT		LOCALPRINT		SUR		IDEAL		BERALÁN	
	GAS	GASOIL	GAS	GASOIL	GAS	GASOIL	GAS	GASOIL	GAS	GASOIL
			0	800	0	0		850	0	
87									0	13124

	ANDALUPRINT		LOCALPRINT		SUR		IDEAL		BERALÁN	
	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES	KILOS EMITIDOS	LÍQUIDOS Y ACEITES
			0	95.996	0	1800 L.	7.291	7.914		
			0	272			Trapos	Revelador		
		568								

	ANDALUPRINT		LOCALPRINT		SUR		IDEAL		BERALÁN	
	PAPEL	PLANCHAS	PAPEL	PLANCHAS	PAPEL	PLANCHAS	PAPEL	PLANCHAS	PAPEL	PLANCHAS
			872	62	2.678 Ton.	3.300 kg.	439	25		
							Tn	Tn		
604	45,4								6819	

	ANDALUPRINT		LOCALPRINT		SUR		IDEAL		BERALÁN	
	PLÁSTICOS	CAUCHOS	PLÁSTICOS	CAUCHOS	PLÁSTICOS	CAUCHOS	PLÁSTICOS	CAUCHOS	PLÁSTICOS	CAUCHOS
			1,24	0	0	0	260	65		
							Kg	Kg		
385	150									

SOBRE ESTE INFORME

El Informe de Sostenibilidad de VOCENTO se ha realizado bajo la coordinación de la Dirección de Comunicación y siguiendo el Global Reporting Initiative en su versión G3 así como el Suplemento Sectorial de Medios.

El sistema de recopilación de datos no financieros se realizó a través del seguimiento de los temas materiales identificados en 2011, las áreas a los que se asignaron dichos temas y las entrevistas con los correspondientes responsables en el periodo noviembre 2013- febrero 2014. Se ha incorporado adicionalmente información sustantiva relevante en función de los públicos estratégicos y la propia consideración de VOCENTO.

Área	Contacto
Desempeño económico, evolución financiera y relaciones con accionistas	Joaquín Valencia
Recursos Humanos	Íñigo Argaya
Comercial y anunciantes	Rafael Martínez de Vega
Editorial y contenidos	Benjamín Lana
Acción social	Luisa Alli
Medio ambiente y proveedores	Daniel Extremera



vocento

